



TRABAJO DE FIN DE GRADO

**«EL NACIMIENTO DE LA PRENSA DE MASAS EN EUROPA:
EL CASO DE ESPAÑA»**

AUTORA: Miriam Orozco Núñez

TUTORA: Lola Lozano Salado

GRADO EN HUMANIDADES

CURSO 2015/2016

JUNIO 2016



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

ÍNDICE

Resumen y palabras claves	2
Abstract & key words	2
1. Introducción	4
1.1. Objetivos.....	4
1.2. Metodología.....	5
2. La Europa que alumbró la prensa de masas. Industrialización y liberalismo en la prensa del siglo XIX	6
2.1. El precedente estadounidense.....	10
2.2. La prensa del siglo XIX en los principales países europeos.....	12
2.3. Los orígenes de la prensa contemporánea en España.....	15
3. La consolidación de la prensa de masas en Europa	20
3.1. Los factores de su desarrollo en Europa.....	21
3.1.1. El modelo francés.....	25
3.1.2. El modelo inglés.....	27
3.2. El caso de España.....	28
4. El periodismo español de las primeras décadas del siglo XX	31
4.1. Principales periódicos y nuevos sistemas de organización.....	32
4.2. La prensa española como testigo de la I Guerra Mundial.....	34
4.3. La prensa durante la dictadura de Primo de Rivera. Profesionalización del periodismo.....	36
5. Conclusiones	40
6. Bibliografía	42
6.1. Fuentes electrónicas.....	44
Anexo de imágenes	46
Anexo I: Ley de Policía de Imprenta de 1883	49

Resumen

El agitado contexto político y social de finales del siglo XIX y principios del XX en Europa trajo consigo aires renovadores a la sociedad del viejo continente, que vivía durante esta época un intenso periodo de desarrollo tecnológico, lucha por las libertades y democratización de los poderes. Unos factores que posteriormente se verían reflejados en la evolución de la prensa. En el presente trabajo se procederá a analizar todos los agentes que influyeron en la construcción y consolidación de esta nueva prensa de gran tirada.

La prensa de masas nacerá de la necesidad de información de esta nueva sociedad, mucho más formada gracias a la propagación de la enseñanza básica y ávida por conocer y ser partícipe de los más importantes sucesos ocurridos en sus países. Una inquietud de conocimiento que se vio favorecida por la progresiva implementación de mejoras a nivel tecnológico, y un clima político liberal y aperturista. Un caldo de cultivo gracias al cual pudo surgir y consolidarse este renovador formato ideado desde mitad del siglo XIX por individuos y grupos editoriales interesados en hacer de sus cabeceras un producto más atractivo para la ciudadanía, cuyos resultados generarían mayores beneficios económicos y una notable influencia social.

Esta revolución de la prensa se afianzó como uno de los más importantes fenómenos a nivel social, político y cultural del recién nacido siglo. Una vez implementados los cambios, los nuevos periódicos pasaron a convertirse en un objeto de consumo habitual entre los ciudadanos. Un próspero contexto en el que florecieron múltiples nuevos periódicos y revistas especializadas. Publicaciones similares a las de los diarios de nuestros días, que gracias a su pluralidad temática e implicación activa en los asuntos políticos nacionales e internacionales, se convirtieron en los mejores testigos y narradores de los episodios que marcaron el siglo XX.

PALABRAS CLAVE: Historia del periodismo, Prensa de masas, Imprenta, Europa, España, Siglo XIX, Primer tercio del XX.

Abstract

The troubling political and social context at the end of the 19th century and at the beginning of the 20th century in Europe, brought a breath of fresh air to the society of the old continent, who was living an intense period of technological development, a

struggle for freedoms and a democratization of political powers at this very moment. Elements that in the future would be reflected in the evolution of press. In this project it is going to be analyzed all the agents that had influence on the creation and consolidation of this new mass-circulation press.

The mass-circulation press was born out of the need for information of this new society, further instructed thanks to the spread of basic education and eager to learn and be part of the most important events in their countries. A concern of knowledge that was favored by the progressive implementation of improvements in technology, and liberal political climate of openness. A breeding ground through which this renovator format could emerge and consolidate, conceived since the mid- nineteenth century by individuals and publishing groups interested in making their papers a more attractive product for citizenship. The results would generate greater economic benefits and remarkable social influence.

This revolution of the press was established as one of the most important phenomena to social, political and cultural level of the newborn century. After the changes were implemented, these original newspapers went on to become an object of mass consumption among citizens. A prosperous context in which bloomed many new papers and magazines, similar to the current journals. Thanks to its thematic diversity and active involvement in national and international political affairs, it became the best witnesses and narrators of the episodes that marked the twentieth century.

KEY WORDS: History of journalism, Mass- circulation press, Printery, Europe, Spain, 19th Century, 20th Century.

1. Introducción

Desde los orígenes de las primeras gacetas, la historia de la prensa ha estado directamente vinculada al relato histórico. En concreto, los diarios se han convertido en un instrumento fundamental para el estudio de la historia moderna y contemporánea, puesto que en las páginas de los periódicos encontramos la fuente más completa y cercana a los acontecimientos. La prensa, lejos de tratarse de una simple narradora de los hechos, se ha convertido en uno de los más importantes archivos a los que dirigirse para lograr un plural estudio de la historia.

En las páginas de los diarios encontramos tanto los sucesos cotidianos ocurridos en pueblos y grandes capitales, como los acontecimientos históricos más relevantes que supusieron la apertura de nuevos periodos o el anuncio de importantes conflictos. Gracias a la pluralidad de ideologías y a la riqueza de testimonios, quienes se acercan al estudio de las publicaciones, encuentran en ellas la mejor base de datos para investigar y comprender la evolución y desarrollo de las sociedades.

La necesidad de información respecto del mundo que les rodeaba, unida a una progresiva extensión de la enseñanza básica, sembró en la sociedad la semilla del conocimiento, e hizo que multitud de intelectuales y empresarios del mundo de la prensa, lucharan contra las barreras de la censura en favor de la libertad de expresión a través de sus publicaciones.

La prensa de masas nace a finales del siglo XIX con la clara misión de convertir a los periódicos en un artículo de consumo habitual, presente en las vidas de cada vez más lectores. Un fenómeno que revolucionó la historia de los medios de comunicación, aportándole al periodismo unas características renovadas, basadas en el desarrollo tecnológico, la democratización de la prensa y el aumento de la libertad de expresión.

1.1. Objetivos

Dada la influencia de la prensa en la evolución social y política de los países en los que se desarrolló de manera más notoria, los objetivos de este trabajo son los de acercarme a conocer los factores necesarios para el nacimiento y la consolidación de la prensa de masas en Europa, a través del estudio concreto de este proceso en Inglaterra,

Francia y España. Una vez conocido el contexto previo y las condiciones necesarias para el nacimiento de este nuevo formato periodístico, el siguiente objetivo es el estudio de la consolidación y evolución de la prensa de masas en el ámbito nacional, así como su influencia en el contexto social y político de las agitadas primeras décadas del siglo XX en España.

1.2. Metodología

El primer paso de la investigación ha sido la labor de búsqueda bibliográfica relacionada con el tema a tratar en el trabajo, la prensa de masas en Europa: antecedentes, renovación periodística y consolidación. Tras el proceso de búsqueda de bibliografía he podido obtener fuentes para la realización del trabajo procedentes de libros, artículos de revistas, y páginas webs. Por su importancia como fuente bibliográfica para el desarrollo de este trabajo destacan los libros *Historia de la Prensa¹* e *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)²*. Además de estas dos publicaciones, los apuntes de la profesora Marieta Cantos Casenave para la asignatura Literatura, Imagen y Medios de Comunicación del Grado en Humanidades, curso 2015/2016, han sido fundamentales para la elaboración de los puntos centrados en la prensa a nivel nacional.

El segundo paso, una vez recopilada toda la información, ha sido el de analizar la bibliografía previamente a la elaboración del guion que me ha servido de base para el desarrollo de este estudio. El trabajo previo a la redacción del proyecto ha llevado consigo una observación a nivel histórico del contexto político y social en torno al que se desarrolló la prensa de masas, así como un análisis de los factores que condujeron a la renovación del periodismo. Este guion se centra en tres puntos fundamentales:

- En el primero de ellos me acerco a conocer el contexto previo y los factores que dieron lugar al desarrollo de la prensa de masas en Europa.
- En el segundo punto, realizo un análisis de los primeros años del siglo XX en Europa, y sus repercusiones con respecto a la prensa de estos tres países.

¹ ALBERT, Pierre. *Historia de la prensa de masas*. Madrid: Ediciones Rialp S.A, 1990.

² TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús. *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900- 1990)*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1989.

- Por último, el trabajo se enfoca de manera concreta en el estudio del nacimiento y la consolidación de la prensa de masas en España durante las primeras décadas del siglo XX. Para llevar a cabo esta observación sobre la evolución de la prensa nacional, analizo dos etapas fundamentales en la historia moderna española, la Primera Guerra Mundial y la dictadura del general Primo de Rivera. Tanto el conflicto bélico como el posterior golpe de Estado son cruciales en el desarrollo de este nuevo estilo periodístico, ya que los turbulentos acontecimientos políticos nacionales e internacionales sirvieron para que la prensa de la época ganase una notable influencia a nivel político, debida a su activa participación como narradora de los acontecimientos. Esta nueva prensa claramente politizada se convirtió en un reclamo para la amplia masa de lectores, quienes encontraron en las publicaciones el reflejo de su ideología.

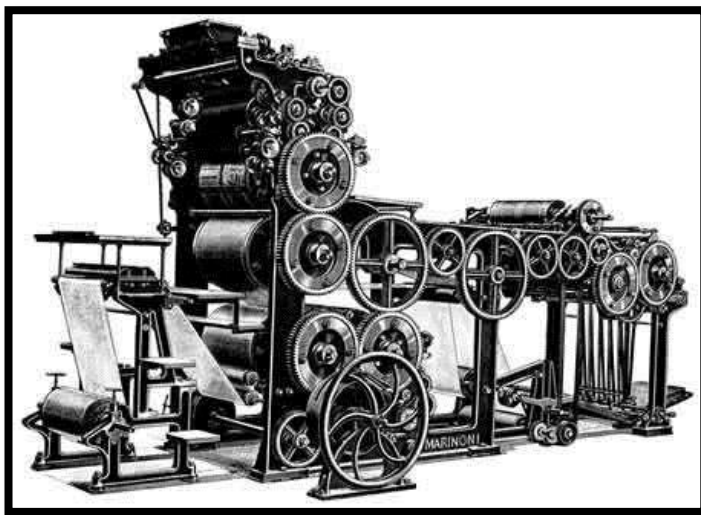
2. La Europa que alumbró la prensa de masas. Industrialización y liberalismo en la prensa del siglo XIX

La necesidad de información es uno de los elementos más importantes y característicos de la vida en sociedad, por lo que durante toda la historia no es difícil hallar elementos destinados a desempeñar la función de la comunicación en las épocas previas al desarrollo de la imprenta. Desde el tiempo de los grandes imperios de la Antigüedad, el ser humano ha sentido la necesidad de conocer y difundir información acerca del mundo que les rodeaba³.

Para comprender los orígenes de la prensa, debemos remontarnos a antecedentes como el nacimiento de los correos modernos que aparecieron de la mano de la creación de los grandes Estados, o las hojas volantes, editadas en forma de pequeños cuadernos, en los que podían leerse noticias en las que se informaban de los sucesos y acontecimientos más relevantes desde finales del siglo XV.

³ ALBERT, Pierre. "La Industrialización y Democratización de la prensa desde principios del siglo XIX hasta 1871" en GUASCH, Juan María (dir.): *Historia de la prensa*. Madrid: Ediciones Rialp S.A, 1990, p. 12.

En este largo proceso histórico, el siglo XX marcaría un antes y un después, puesto que significó el paso desde la antigua prensa dirigida a un reducido grupo de lectores pertenecientes a la clase acomodada, a convertirse en el medio más popular de difusión de información.



Rotativa de hierro, siglo XIX (En línea) <https://nachoheraiz.wordpress.com/2011/12/09/la-prensa-tipografica-de-hierro/> (23 de mayo de 2016)

Durante los primeros sesenta años del siglo XIX, la prensa desarrolló una considerable evolución que se realizó paralelamente a la modernización del mundo occidental, que por entonces se hallaba en pleno proceso de perfeccionamiento tecnológico. Una renovación que supuso un enorme crecimiento de las tiradas impresas, que se multiplicaron considerablemente en Europa hasta el punto de que solo en Francia, uno de los lugares álgidos de este proceso de desarrollo técnico, el número de diarios impresos en la capital pasó de 36.000⁴ a un millón de ejemplares al día⁵.

Por supuesto, la revolución industrial que se estaba llevando a cabo en Europa durante estos años tuvo gran importancia en la cuestión, puesto que los considerables progresos de la maquinaria y las técnicas de fabricación hicieron más ágiles la impresión de tiradas diarias. Un aspecto importante de esta mejora técnica residió en el

⁴ Ibidem, p. 45.

⁵ Ibidem, pp 14-15.

desarrollo de la tinta de imprenta utilizada para la prensa, así como la sustitución del papel de madera como soporte en favor del papel de trapo.

Otro de los más importantes factores para el desarrollo tecnológico de la prensa escrita llegó con el auge de las mejoras introducidas en las máquinas rotativas⁶, adaptadas al nuevo formato de soporte en papel, que obtuvo como resultado un incremento mucho mayor del rendimiento en la impresión de ejemplares por hora⁷.

La evolución de los transportes que se estaba llevando a cabo por toda Europa fue otra de las circunstancias que favoreció considerablemente a la prensa. El desarrollo de medios de mayor velocidad como el ferrocarril permitió un gran dinamismo y efectividad en la difusión de los periódicos, lo cual benefició a las estrategias de expansión de los diarios desde las capitales hasta las provincias⁸.

Junto con estos avances técnicos, es necesario destacar el importante papel de los nuevos procesos y técnicas de difusión de la información, que se vieron considerablemente favorecidos con el desarrollo del telégrafo eléctrico, desarrollado en EE.UU. por Morse en el año 1837 e introducido por primera vez en Europa tan solo un año después por Carl Friedrich Gauss⁹. El aumento de las líneas telegráficas fue un agente crucial en el incremento de la velocidad en la difusión de las noticias, que ahora podían moverse a través de la extensa red de cable telegráfico por el continente europeo e incluso conectar ambos lados del océano Atlántico.

Las mejoras técnicas que favorecieron la renovación de las comunicaciones se dieron a la par de un importante desarrollo de la economía en el continente europeo, un contexto de bonanza del que se vieron beneficiados los editores que se iniciaban en el negocio de la prensa. Las ventajas de una economía funcional y una favorable industrialización y extensión de los mercados fueron fundamentales para el periódico, gracias a lo cual el precio de venta de las publicaciones pudo empezar a bajar. Esto llevó a que por primera vez la prensa comenzase a cambiar su público, pasando de ser solo disfrutada por una reducida élite, a introducirse como producto de consumo en la burguesía y años más tarde en las capas más humildes de la sociedad.

⁶ Ibidem, p. 48.

⁷ Ibidem, p. 47.

⁸ Ibidem, p. 48.

⁹ *El telégrafo*. Biblioteca Digital ILCE. Disponible en http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen3/ciencia3/112/htm/sec_10.htm (Consultado el 3 de junio de 2016).

La primera mitad del siglo XIX vio nacer a las primeras agencias de prensa¹⁰, empresas dedicadas al mercado de noticias que propiciaron un importante aumento en el flujo de información, que a través de medios como el telégrafo se encargaban de distribuir entre los distintos periódicos.

El avance de estas agencias de información cambió la percepción de los interesados en invertir en este medio de comunicación, tras observar el importante mercado que estaba naciendo en Europa. Un contexto en el que podían llegar a obtenerse ingentes beneficios económicos por la compra-venta de noticias, que aumentaron exponencialmente por la competencia entre las grandes agencias de prensa europeas y estadounidenses¹¹. En la década de 1850, el desarrollo de las agencias a nivel internacional era tal que se llegó a generar una especie de “burbuja” en el mercado de noticias, llegando a pedirse abusivas sumas de dinero por determinadas informaciones¹². Esto terminó desembocando en un pacto de palabra (nunca llegó a firmarse), entre las agencias más importantes de EEUU, Alemania, Francia e Inglaterra, según el cual estas grandes empresas colaborarían en el flujo y la distribución de la información, reservándose como ámbito geográfico de actuación el de sus países.

A pesar de que podemos observar cómo el importante desarrollo de la tecnología y el crecimiento económico favorecieron al periodismo de la época, durante las primeras décadas del siglo XIX la realidad social y política fue bastante dura con la prensa. En aquellos países europeos en los que se producía un mayor crecimiento del desarrollo tecnológico aplicable a la producción y distribución de los periódicos, los gobiernos actuaron con importante dureza con el fin de restringir lo máximo posible la libertad de prensa y opinión. El enorme interés de la clase política y poderosa de la sociedad por limitar esta libertad de publicaciones y distribución estaba directamente relacionado con el aumento del interés de las clases populares por conocer e informarse de los temas de actualidad.

Estos dos primeros tercios del siglo XIX fueron bastante prósperos en países como Inglaterra o Francia en cuanto al aumento del desarrollo cultural de las clases populares, que anteriormente habían sido excluidas de la instrucción. Este desarrollo de

¹⁰ ALBERT, Pierre. “La Industrialización y Democratización...” op. cit., p. 49.

¹¹ Ibidem, p. 50.

¹² ARTERO, Juan Pablo. *Opciones estratégicas de las agencias de noticias europeas: Reuters, France Presse y EFE* (Artículo en línea). Disponible en http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=37. (Consultado el 3 de junio de 2016).

la enseñanza de la clase humilde resultó vital para el posterior crecimiento a gran escala de la prensa escrita. De no haberse ampliado la enseñanza entre los ciudadanos menos favorecidos, la prensa de masas nunca hubiese podido desarrollarse, pues habría continuado tan solo en manos de la clase acomodada.

Junto a esta progresiva alfabetización de la población europea actuaron otros factores a nivel político y social como el esencial avance del sufragio universal (masculino), el nacimiento de los primeros partidos políticos que lucharon en favor de la clase obrera, y la progresiva consolidación del parlamentarismo. Una serie de agentes que favorecieron que los ciudadanos pudieran ser parte activa de los asuntos políticos de sus países.

2.1. El precedente estadounidense

Los grandes progresos de la prensa norteamericana una vez finalizada la Guerra de Secesión (1861-1865), se van a convertir en el modelo a imitar por las grandes empresas periodísticas europeas.

El estilo cercano y dinámico con el que se elaboraban los periódicos estadounidenses sirvió a la prensa europea para tomar como precedente este renovador formato periodístico. Los inicios de la expansión de la prensa de gran tirada en EE.UU estuvieron marcados por dos factores fundamentales: el desarrollo de la prensa de 1 centavo y las cadenas de periódicos.

La prensa de 1 centavo fue puesta en marcha por los dos empresarios más importantes del sector periodístico de finales del siglo XIX en EE.UU, Joseph Pulitzer¹³

¹³ Joseph Pulitzer (1874- 1911) fue un editor estadounidense de origen judío húngaro, conocido por su competencia con William Randolph Hearst que originó la llamada prensa amarilla y por los premios periodísticos que llevan su nombre, los Premios Pulitzer. Además se le puede considerar un pionero del *infotainment*, una mezcla de información y entretenimiento.

y William Hearst¹⁴, cuyos periódicos fueron los mejores representantes de la última etapa del periodismo popular en Norteamérica¹⁵.

Pulitzer comenzó su andadura en el mundo del periodismo tras el fin de la Guerra de Secesión, cuando se instaló en Saint Louis. Durante este período adquirió importantes cabeceras locales como el *Saint Louis Post Dispatch*, donde comenzó su búsqueda hacia un nuevo estilo periodístico, basado en los reportajes “humanos” de interés colectivo. En estos reportajes entrevistaba a personajes populares a nivel local, unas entrevistas que generaron un enorme interés en los lectores. Las ventas de sus diarios no dejaron de generar beneficios, lo que llevó a Pulitzer a adentrarse en la compra de periódicos de gran tirada. En 1883 adquirió el *New York World*, cabecera que pocos años más tarde, en 1896, vendería a 1 centavo (una estrategia que posteriormente sería imitada por las empresas periodísticas europeas). Un módico precio gracias al cual se multiplicaron las ventas de este periódico en el que Pulitzer incluyó todas las innovaciones del periodismo de gran tirada que había estado ensayando en sus periódicos locales. El *New York World* situó al empresario como uno de los más poderosos de la época en Norteamérica¹⁶.

El máximo competidor de Pulitzer lo encontramos en el empresario William Hearst, un inteligente hombre de negocios que supo explotar los importantes medios económicos que poseía su familia para crear un imperio periodístico sin precedentes. En 1895, Hearst compró el diario *New York Journal*, cuyo precio de salida se marcó en un centavo, una táctica que como podemos observar al año siguiente imitó Pulitzer con su *New York World*. El nuevo periódico de William Hearst destacó por su peculiar forma de narrar las informaciones y sucesos internacionales, imprimiéndoles siempre un importante rasgo marcadamente patriota, títulos impactantes y abundantes ilustraciones que llamaban la atención de los lectores estadounidenses¹⁷. En un breve período de tiempo, el *New York Journal* incorporó a sus páginas historias destinadas a los niños, en cuyos diálogos podían observarse como a través de un tono humorístico se

¹⁴ William Hearst (1863- 1951) fue un periodista, editor, publicista, empresario, inversionista, político y magnate de la prensa y los medios estadounidenses, que emergió como uno de los más poderosos personajes de la escena política y empresarial de dicho país. Hearst consolidó uno de los más grandes imperios empresariales de la historia, llegando a poseer un total de 28 periódicos de tirada nacional.

¹⁵ ALBERT, Pierre. “El desarrollo de la prensa popular de gran tirada (1871- 1914)” en GUASCH, Juan María (dir.): *Historia de la prensa*. Madrid: Ediciones Rialp S.A, 1990, p. 75.

¹⁶ *Ibidem*, p. 76.

¹⁷ *Ibidem*, p. 77.

introducían en el lector todos los estándares y tópicos relacionados con la vida de un ciudadano norteamericano. Uno de los primeros personajes de estas afamadas historias fue “Yellow Kid”¹⁸, el protagonista de *Hogan’s Alley*, una tira de prensa estadounidense obra de Richard F. Outcault. Las historias de este peculiar chico amarillo han sido claves en el desarrollo del comic, al tratarse de la primera tira que usó “bocadillos” para contener el dialogo de los personajes. El apodo de este ficticio niño neoyorquino dio origen al concepto de “Prensa Amarilla”¹⁹, un nuevo estilo de prensa sensacionalista surgido a partir de los periódicos de Hearst y Pulitzer. A pesar de que la serie debutó en el diario *New York World*, poco tiempo más tarde, en 1897, continuó escribiéndose en el *New York Journal*, donde obtuvo su mayor número de seguidores.

Como contrarreacción a la prensa sensacionalista de estos nuevos diarios, el empresario Adolphe Ochs (1858- 1935) adquirió la cabecera *New York Times* en el año 1896²⁰, un diario que se convirtió en uno de los más relevantes del panorama internacional. Su lema, “All The News That’s Fit To Print” (Todas las noticias aptas para ser publicadas), es frecuentemente interpretado como un ataque a sus máximos competidores neoyorquinos.

El otro gran fenómeno, más tardío puesto que llegó durante la década de 1910, que benefició el desarrollo de la prensa de masas en Norteamérica fue la constitución de las denominadas “cadenas de periódicos”. Estas agrupaciones estaban compuestas por conjuntos de periódicos que se constituían como una sola agencia con el fin de lograr expandirse a gran escala por el territorio nacional. Algunas de las agencias más importantes de la época fueron las de Hearst y la del grupo “Stripp’s- Mac Rae- Howard”. Su papel fue determinante, ya que se constituyeron como las principales agencias de transmisión de artículos e ilustraciones del período²¹.

2.1. La prensa del siglo XIX en los principales países europeos

Francia es uno de los principales ejemplos de país europeo en el que la prensa se desarrolló más rápidamente en un reducido plazo de tiempo. Para hablar de los inicios

¹⁸ Anexo imágenes I.

¹⁹ MASOTTA, Oscar. *La historieta en el mundo moderno*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1970, p. 22.

²⁰ *Our History. The New York Times* (En línea). Disponible en <http://www.nytc.com/who-we-are/culture/our-history/#1910-1881-timeline> (Consultado el 3 de junio de 2016).

²¹ ALBERT, Pierre. “El desarrollo de la prensa...” op. cit., p. 77.

de la prensa popular francesa hemos de remontarnos al período que abarca entre los años 1852 y 1871, con el Segundo Imperio controlando el poder en el país galo. Durante este período, la impresión de los diarios en la capital francesa aumentó de manera notable, pasando de 150.000 periódicos impresos al día en el año 1852, al millón de periódicos de 1870. Una enorme producción cuya mitad acaparaba el diario *Petit Journal* de Moïse Millaud, vendido al módico y accesible precio de 5 céntimos, y que se publicó por primera vez el 1 de febrero de 1863. Gracias a su económico coste, este diario de cuatro páginas, se convirtió en el primer periódico de Francia que se alejó del público burgués, dándole al diario un estilo sencillo con el que conseguir atraer a la clase popular francesa, deseosa de poder leer por primera vez las noticias, sucesos y novelas de folletín publicadas en este diario²².

La importante acogida del periódico, el más barato del mundo en su época, supuso el poder implementar cambios en las estrategias de ventas, que continuarán mejorando y ampliando los beneficios económicos de la empresa, llegando a un mayor número de lectores. Esto se logró mediante el importante trabajo de difusión de *Le Petit Journal* por las provincias, un trabajo que dio como resultado la adhesión de lectores por todos los puntos del país, una estrategia que otros periódicos trataron de imitar sin éxito²³.

Por otro lado, para comprender los antecedentes del desarrollo de la prensa de gran tirada o prensa de masas en Inglaterra es necesario conocer al periódico que se convirtió en su principal impulsor, el diario *The Times*. Un boletín publicado por primera vez el 1 de enero de 1788, prácticamente con un siglo de anterioridad al nacimiento de la prensa popular en Francia. En 1850 alcanzaba ya los 40.000 ejemplares en sus tiradas, y se convirtió en el modelo a seguir por sus competidores en la prensa inglesa, como el *Morning Chronicle* o el *Daily News* fundado por Charles Dickens, a los cuales les resultó imposible rivalizar con la importante superioridad de *The Times*²⁴.

Inglaterra fue el país que más duramente aplicó las restricciones contra las libertades de prensa a través de las denominadas “tasas sobre el saber”, por el temor de

²² Ibidem, pp. 84-85.

²³ RODRIGUEZ, RUTH. “Maupassant y la prensa francesa de la segunda mitad del siglo XIX”. *Trípodos*, (Barcelona), nº 19, 2006, pp. 147-157.

²⁴ ALBERT, Pierre. “El desarrollo de la prensa...” op. cit., p. 77.

políticos y autoridades a la difusión de noticias que pudieran resultar perjudiciales para las instituciones gubernamentales. A pesar de la persecución por parte del gobierno de empresas periodísticas, editores e inversores, tras la eliminación de estas “tasas sobre el saber” en el año 1855, en Inglaterra la prensa popular se desarrolló a un apresurado ritmo. Esta fue heredera de la prensa de 1 penique, que repite la estrategia de venta francesa consistente en aplicar precios reducidos a sus diarios con el fin de hacer a estos productos accesibles para el público general. El éxito del desarrollo de la prensa de 1 penique por toda Inglaterra fue el único factor que pudo combatir el poder del diario *The Times*, que disminuyó drásticamente sus ejemplares vendidos²⁵.

Otro fenómeno favorable para el incipiente desarrollo de la prensa de gran tirada en este país fue el de los periódicos populares que se publicaban cada domingo. Estos periódicos dominicales trataban temas que se alejaban de las noticias y sucesos de la prensa diaria para centrar su visión en artículos sobre crímenes y folletines literarios, los asuntos favoritos entre el público popular. El periódico *Lloyd's Weekly News* fue el primero que se hizo eco de los crímenes de Jack el destripador²⁶, un asesino en serie londinense de identidad desconocida que cometió varios homicidios durante el año 1888. Apodado como el asesino de “Witechapel” (distrito en el que cometió los crímenes), este asesino en serie ganó una enorme popularidad entre el público lector inglés, que seguía en las secciones de sucesos de diarios como el *Lloyd's Weekly News* los violentos crímenes del misterioso asesino²⁷.

Al contrario que en Francia, a pesar del pronto y eficaz desarrollo de la prensa diaria en Inglaterra, su distribución en provincias se dio de manera mucho más lenta y costosa que en relación a la ágil expansión en el caso francés.

Las agencias de publicidad tuvieron una enorme importancia en el desarrollo de la prensa de masas puesto que se convirtieron en una vía de obtención de beneficios para las empresas periodísticas, gracias a los cuales pudieron invertir en el desarrollo de los diarios. El hecho de incluir la publicidad en medios de esta gran difusión resultó enormemente positivo para las agencias de publicidad puesto que las campañas publicitarias eran transmitidas de un modo mucho más eficaz y cercano al lector. Por

²⁵ Ibidem, pp. 78-79.

²⁶ Anexo de imágenes I.

²⁷ *Lloyd's Weekly Newspaper. London: Sunday, sep 30, 1888* (En línea). Disponible en http://www.casebook.org/press_reports/lloyds_weekly_news/18880930.html (Consultado el 04/06/16).

otra parte, la prensa resultó un escenario ideal para la captación de nuevos consumidores, que de otro modo nunca hubiesen podido conocer los productos ofrecidos en estas campañas. La vinculación entre la publicidad y la prensa de masas fue uno de los elementos principales de la renovación de los periódicos puesto que resultó fundamental en la creación de la nueva imagen de la prensa moderna²⁸.

2.2. Los orígenes de la prensa contemporánea en España

Para estudiar el origen de la prensa de masas en España, hemos de conocer previamente los importantes cambios sociales y gubernamentales que se llevaron a cabo durante el siglo XIX, los cuales aportaron el característico tinte político de la prensa de esta época. Un período marcado por el asentamiento de los liberales en el gobierno y por el desarrollo de la política parlamentaria. La prensa española pasa del carácter costumbrista y didáctico del siglo XVIII a convertirse en un instrumento de difusión de las ideas de los partidos llegados al poder.

A pesar de que las Cortes de Cádiz reconocieron en 1810, en el contexto de la Guerra de la Independencia, un decreto en el que se proclamaba la libertad de imprenta, las primeras décadas del siglo XIX estuvieron marcados por una férrea censura contra la prensa, que se explica por el regreso del rey Fernando VII, en cuya persona se asentaban los principales valores del Antiguo Régimen²⁹.

Durante este breve período de libertad de imprenta, los ciudadanos españoles, ansiosos por conocer los sucesos ocurridos durante las sesiones de las Cortes, tuvieron la posibilidad de hacer una lectura política de los hechos históricos que vivían en periódicos de ideologías tan diversas como *El Conciso* (liberal), *El Censor General* (anticontitucionalista) o *La Gaceta de Sevilla* (afrancesado).

La vuelta de Fernando VII y la reacción del Manifiesto de los Persas que dio comienzo al Sexenio Absolutista terminaron con esta libertad de prensa, prohibiendo cualquier publicación que no fuese oficial el 25 de abril de 1815. Una etapa en la que

²⁸ LÓPEZ LITA, Rafael. *Las agencias de publicidad. Evolución y posicionamiento futuro*. Barcelona: Publicaciones de la Universidad Jaume I, 2001. pp. 30-31.

²⁹ LA PARRA LÓPEZ, Emilio. *La libertad de imprenta en las Cortes de Cádiz* (En línea). Disponible en http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-libertad-de-prensa-en-las-cortes-de-cdiz-0/html/00235954-82b2-11df-acc7-002185ce6064_12.html (Consultado el 3 de junio de 2016).

solo se permite la impresión de los dos diarios oficiales *Gaceta* y *Diarios de Avisos*. Una medida que se suaviza a finales de 1816, aunque en realidad solo se permite la publicación de periódicos de carácter técnico o literario como el gaditano *Diario Mercantil de Cádiz*, *Almacén de Frutos Literario* o *Miscelánea de Comercio, Artes y Literatura* entre otros. Durante esta etapa, el pensamiento liberal se vio obligado a mantenerse en la clandestinidad, siendo duramente sancionados aquellos que se atrevían a manifestarse en contra de las políticas absolutistas del monarca. Desde el exilio en Londres continúa con sus publicaciones el periódico *El Español Constitucional* de Fernández Sardinó³⁰.

Con el Trienio Liberal y la obligada jura de Fernando VII de la Constitución de 1812 se inicia un corto periodo en el que es proclamada nuevamente la libertad de prensa, a raíz de un nuevo reglamento de imprenta publicado el 22 de octubre de 1820 y que se modificó tan solo dos años después, en 1822. El tímido aperturismo en pro de la libertad de prensa que trae consigo este nuevo período tiene como resultado la publicación de más de 400 nuevas cabeceras de diferentes tendencias políticas, entre cuyos títulos destacarían *El Censor*, *El Imparcial* o *El Periódico de las Damas* (prensa moderada), *El Espectador*, *El Zurriago* y *El Diario Gaditano* (prensa exaltada), y *El Procurador General del Rey* o *El Restaurador*, cabeceras de carácter contrarrevolucionario³¹.

La intervención en España de los Cien Mil Hijos de San Luis supuso la obligada vuelta al absolutismo. Su regreso trajo consigo la prohibición de la prensa (con la excepción de los diarios oficiales) en 1824. La rígida censura impuesta durante el período empezó a mostrar atisbos de aperturismo a partir del año 1828, en el que el monarca, ya en los últimos años de su reinado, inicia un tímido aperturismo. Este periodo de mayor libertad se incrementa a partir de 1832 en el contexto de la lucha por el poder que el monarca estaba llevando a cabo contra su hermano.

Tras la muerte de Fernando VII en septiembre de 1833, el 10 de junio de 1834 se dicta un nuevo reglamento de imprenta en que se previene que solo los periódicos ajenos al ámbito político, es decir, los dedicados a literatura, artes, etc, podían ser

³⁰ CANTOS CASENAVE, Marieta: Apuntes de la asignatura Literatura, Imagen y Medios de comunicación. *Periodismo y opinión pública bajo el régimen absoluto de Fernando VII*. Grado en Humanidades, Universidad de Cádiz, Curso 2015/2016.

³¹ Ibidem, p. 1.

publicados sin la expresa Real Licencia concedida por el Ministerio de Fomento. El periodista y escritor Mariano José de Larra³² se convirtió durante estos años en una de las figuras más relevantes de la prensa de la época, por la publicación de dos cabeceras de negocios de enorme éxito dirigidas por él: *El duende satírico del día* (1828) y *El Pobrecito hablador* (1831). En cuanto a las publicaciones de carácter costumbrista, la más importante será el *Semanario Pintoresco* (1835) fundado por Mesonero Romanos³³.

Durante este período de alianza de la regente María Cristina con los liberales se crea la figura del “editor responsable”³⁴, cuyo fin fue el de velar por las publicaciones, respondiendo por ellas ante la justicia si fuese necesario. A esta etapa pertenecen periódicos como *El Siglo o El Eco del Comercio* (progresista) o *La Abeja y El Español* (moderado). Este último siguió el modelo de las publicaciones en cinco columnas del diario inglés *The Times*³⁵.

El 22 de marzo de 1837 se decreta una nueva ley de imprenta que establece la obligatoriedad de entregar un periódico al jefe político o alcalde de la ciudad en la que este se edita, ya que cada una de las publicaciones debía ser revisada previamente para que no excediese los límites en el número de pliegos de impresión. Una ley que no se aplicó en todos los lugares del territorio nacional por igual. Ese mismo año se redacta una nueva constitución que establecía la libertad de prensa sin censura previa. La regente María Cristina se vio avocada a renunciar tras la firma del convenio de Vergara en agosto de 1839, fecha en la que parte a Francia, donde permanecería en el exilio³⁶.

La regencia del general Espartero tuvo grandes consecuencias a nivel político ya que consolidó la división liberal en Moderados y Progresistas. En relación a la prensa, durante el período de gobierno del denominado “general del Pueblo”, se introduce en España la maquinaria de papel continuo (1842), que supuso una mayor rapidez en el entintado y por tanto otorgó un gran dinamismo a la impresión de ejemplares. Esta etapa

³² Mariano José de Larra y Sánchez de Castro (1809- 1837) fue un escritor, periodista y político español y uno de los más importantes exponentes del Romanticismo español. A pesar de su pronto fallecimiento, a la joven edad de 27 años, el periodista es considerado junto con Espronceda, Bécquer y Rosalía de Castro, la más alta cota del Romanticismo literario español. Crítico satírico y literario, publica en prensa más de doscientos artículos a lo largo de tan sólo ocho años.

³³ CANTOS CASENAVE, Marieta: “Apuntes de la asignatura...” op.cit. p. 2.

³⁴ El editor responsable contaba con una renta anual de al menos 12.000 reales y un depósito previo destinado a sufragar los gastos ocasionados por multas de impresión o problemas con el diario de 2.000 reales para las cabeceras de la capital y al menos 10.000 en provincias.

³⁵ CANTOS CASENAVE, Marieta: “Apuntes de la asignatura...” op.cit. p. 2.

³⁶ Ibidem, p. 2.

se caracteriza por un gran número de publicaciones de toda índole, políticas, pintorescas, satíricas, etcétera³⁷.

Tras la insurrección de Barcelona y la posterior caída del general Espartero, Isabel es declarada mayor de edad y por tanto apta para ejercer su papel como reina a la corta de edad de 13 años. En 1844, año de comienzo de la Década Moderada, se proclama una nueva ley de prensa, esta vez mucho más garantista, en la que se establece que ningún periódico podía ser publicado sin la previa supervisión de su editor responsable. La Década Moderada se convierte en un periodo convulso para la prensa del período ya que combina etapas de mayores cuotas de libertad con otras más restrictivas, sobre todo con las obras de menor tamaño, al ser consideradas estas como las más peligrosas por su dificultad para ser controladas. En el periodismo político destacarán *El Herald*, *La Época* y el ya conocido *El Imparcial* (moderados), *El Eco del Comercio* o *El Clamor Público* (progresistas). Durante esta época destacan también periódicos absolutistas como *La Esperanza*, que alcanzaría una gran difusión, el periodismo de negocios y la prensa pintoresca, cuyos principales exponentes fueron *Las Novedades* y *Gabinete de lectura*, *Gaceta de familias*. La prensa política satírica del período se verá reforzada con títulos como los de Ayguals de Izco entre los que destacan *La Risa*, *El Fandango* o *La Linterna Mágica*³⁸.

En 1857 se establece la Ley Necedal, una de los más duros decretos para la prensa ya que aumentó hasta 300.000 reales la suma necesaria de dinero para poder constituir un periódico y 60.000 para el resto de publicaciones menores. La posterior Ley de Imprenta de Cánovas del Castillo suavizó la Ley Necedal y concedió una mayor libertad al eliminar la posibilidad de secuestro por autoridades locales a los periódicos de carácter político³⁹.

En 1867, González Bravo⁴⁰ introdujo una nueva ley que puso condiciones a la anteriormente establecida por Cánovas en la que se decretaba que el secuestro a periódicos de carácter político sería posible siempre que estos atentasen contra la reina,

³⁷ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. "La prensa en España" en GUASCH, Juan María (dir.): Historia de la prensa. Madrid: Ediciones Rialp S.A, 1990. pp. 196-197.

³⁸ CANTOS CASENAVE, Marieta: "Apuntes de la asignatura..." op.cit.. p. 4.

³⁹ Ibidem, p. 1.

⁴⁰ Luis González Bravo y López de Arjona (1811- 1871) político, periodista, orador e intelectual español. Fue tres veces diputado, dos veces Ministro de la Gobernación, dos veces embajador de España (en Lisboa y Londres). Fue dos veces Presidente del Gobierno de España.

la Constitución o la religión católica. El mismo político eleva los requisitos para ser editor responsable.

Los nuevos periódicos se transforman en cuanto a imagen y temática. Su aspecto se rediseñó y sus contenidos fueron modificados, convirtiéndolos en un producto mucho más ameno y apetecible para la lectura del público. Aunque la política continuó siendo un tema de enorme importancia, la prensa de los años previos a la revolución septembrina no se limita únicamente a estos temas, e incluye nuevas secciones entre las que destacan las dedicadas a la crítica, el humor y sobre todo los folletines o novelas por entregas, que sirven para enganchar a los lectores a cada número de estos renovados periódicos⁴¹.

La favorable aceptación de este nuevo formato de prensa entre las clases más humildes de la sociedad española, sobre todo motivadas por la lectura de estos folletines, hará que los editores de los periódicos recreen las estrategias de venta de una prensa más económica y accesible que se estaba produciendo en el resto de Europa. Además, jugará en favor de las empresas periodísticas dueñas de las principales cabeceras de la época la difusión de la enseñanza básica, que formará a las clases más humildes de la sociedad en la lectura y por tanto la comprensión de textos literarios y sucesos de actualidad. Esta progresiva extensión de la enseñanza básica se convirtió en uno de los logros más relevantes de la revolución burguesa del siglo XIX, y supuso el origen del proceso de erradicación del analfabetismo en Europa, aunque su efecto en España fue más tardío que en los países vecinos.

Tras la Revolución del 68, conflicto en el que se depuso del trono de España a Isabel II, comienza un período de efervescencia revolucionaria que vio nacer a la Constitución de 1869, en la que por primera vez se garantizaba “el derecho inalienable del ciudadano a la libertad de prensa”⁴². Durante el reinado de Amadeo de Saboya (1871-1873) se afianza la prensa de negocios y continúa la prensa ilustrada en cabeceras como *La Ilustración Española y Americana*, y se afianza la prensa informativa en

⁴¹ TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús. *Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema. (1875-1883)*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra S.A, 1981. p. 58.

⁴² CANTOS CASENAVE, Marieta: Apuntes de la asignatura Literatura, Imagen y Medios de comunicación. “Desarrollo del sistema...” op. cit., p. 2.

periódicos como *La Correspondencia de España* y *El Imparcial*, con una tirada diaria que supera los 40.000 ejemplares⁴³.

La unión de la progresiva toma de relevancia de la clase obrera, junto al importante abaratamiento de los costes de producción y el económico precio de salida al mercado de los diarios, crearon el caldo de cultivo de lo que daría lugar en todo el continente a la denominada prensa de masas. Una renovada prensa cuyo número de publicaciones y de lectores se multiplicaba enormemente en comparación con el modelo de periódicos precedente⁴⁴. A continuación observaremos como se desarrolló este proceso tanto en los principales países de Europa como en España.

3. La consolidación de la prensa de masas en Europa

El desarrollo de la prensa popular que empezaba a llegar hasta las manos del pueblo no frenó en su objetivo y se convirtió en el sustrato de origen de un nuevo modelo de prensa, de atractiva apariencia y precios económicos, cuyas copias se producían a gran escala en las rotativas de las empresas periodísticas.

Beneficiada por los adelantos tecnológicos así como por el aumento de la libertad de prensa y expresión en toda Europa, los últimos treinta años del siglo XIX convirtieron a los periódicos en un producto de consumo habitual entre los ciudadanos.

El veloz ritmo de venta de esta nueva prensa a causa de su asequible precio propició el desarrollo de la prensa especializada, destinada a un sector concreto de lectores. Un fenómeno cuyo único precedente lo encontramos en las revistas dedicadas a la lectura de “señoritas”, cuyos temas trataban el teatro, la moda, la literatura o las costumbres, e iban dirigidos al sector femenino más acaudalado del siglo XIX.

El importante impacto social de la prensa de masas en las clases más humildes estuvo en muchos casos directamente relacionado con la vida política, ya que en múltiples ocasiones los diarios fueron utilizados como instrumentos capaces de influir en las decisiones de los ciudadanos. Al igual que sigue sucediendo en la actualidad, la prensa de masas durante sus orígenes tuvo un importante peso en las mentalidades y las

⁴³ Ibidem, p. 3.

⁴⁴ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. “La prensa en España...” op.cit., p. 198.

preferencias del público lector, quienes en muchos casos eran manipulados inconscientemente por el sesgo ideológico presente en estos periódicos.

Tal y como narra Pierre Albert en su libro *Historia de la prensa*⁴⁵, el ritmo de los progresos de la prensa de masas según los diferentes países fue bastante heterogéneo, ya que aunque los factores fundamentales para el desarrollo de este nuevo modelo de prensa eran compartidos por todos estas naciones, las características sociales, políticas e históricas de cada país aumentaron o disminuyeron la velocidad del asentamiento de estos nuevos periódicos.

Estos últimos años del siglo XIX y primeros del XX se convirtieron en la “edad de oro de la prensa”⁴⁶. Una época en la que la distribución y el mercado de estos periódicos se extendieron ampliamente por toda Europa, sin ningún otro medio de comunicación existente que pudiera hacer sombra a todo el potencial desplegado por estas nuevas empresas.

3.1. Factores de desarrollo en Europa

Los factores de desarrollo técnico necesarios para los progresos de esta prensa de gran tirada los encontramos en el perfeccionamiento de los agentes que durante los últimos años del siglo XIX habían propiciado el crecimiento de la prensa popular⁴⁷. Sobre todo la generalización de la enseñanza básica y por tanto la alfabetización de los europeos, el favorable contexto político y social, así como el progresivo desarrollo de los transportes y las tecnologías de fabricación.

Durante las últimas décadas del siglo XIX los transportes cobraron un peso fundamental debido a un importante proceso de modernización. La mejora de los transportes favoreció la expansión de una importante red de transmisión de información, productos y materiales, lo que terminó repercutiendo en un significativo descenso de los precios venta de estos periódicos. El desarrollo de las comunicaciones se vio favorecido por el incremento de las agencias de prensa, gracias a cuyo crecimiento se hizo posible la transmisión de noticias entre las empresas periodísticas. Desde las más potentes a las

⁴⁵ ALBERT, Pierre. “La Industrialización y Democratización...” op.cit., p. 71.

⁴⁶ Ibidem, p. 69.

⁴⁷ TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús. *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*. Madrid: Universitas Edición 25 aniversario. 2002, pp. 44-45.

de menor consolidación en el mercado, las cuales no podían permitirse el mantenimiento de una red de corresponsales internacional, todas estas empresas pudieron beneficiarse de los efectos de este recién inaugurado mercado mundial de la información⁴⁸.

Todas estas mejoras favorecieron que el coste de la prensa popular de mediados del siglo XIX continuase disminuyendo, al contrario que lo hicieron los salarios de los trabajadores de toda Europa, que durante ese periodo percibieron un aumento de sus rentas. La vinculación entre la bajada de los precios y la subida de los salarios fue un factor determinante en la estimulación del proceso de asentamiento en la sociedad de esta renovada prensa, que poco a poco transformó al periódico en un artículo de uso ordinario.

Las nuevas mejoras se basaron en los modelos y materiales desarrollados durante los años previos, para sobre estos continuar perfeccionando las técnicas que posteriormente conducirían al significativo aumento del nivel de producción de las rotativas y calidad de los periódicos⁴⁹. Las empresas de fabricación encargadas de esta nueva prensa tomaron dimensiones mayores y lograron sacar al mercado un ingente número de ejemplares, hasta entonces imposible de producir. En un reducido espacio de tiempo llegaron a alcanzarse cifras sin precedentes, como los 50.000 ejemplares de 24 páginas por día que llegaban a publicarse en Inglaterra durante la década de 1910⁵⁰. El importante beneficio generado por la venta de los diarios favoreció que los costes en materia prima se viesen drásticamente reducidos, lo que llevó a continuar disminuyendo el precio de salida de los periódicos.

La elaboración de los diarios se vio también favorecida por el descubrimiento de las “máquinas de componer mecánicas”⁵¹, las cuales ayudaron a agilizar el proceso de impresión tipográfica e incorporación de ilustraciones y fotograbados en las páginas de los periódicos. La nueva técnica del fotograbado químico fue desarrollada y vendida a partir de 1850, asentándose definitivamente en las rotativas de Europa y EEUU a finales de siglo. Este moderno método resultó fundamental puesto que permitió una enorme diversificación de métodos de grabado adaptados a los diferentes modelos, a la vez que

⁴⁸ ALBERT, Pierre. “La Industrialización y Democratización...” op.cit., p. 70

⁴⁹ Ibidem, p. 73

⁵⁰ Ibidem, p. 70

⁵¹ Ibidem, p. 70

contribuyó al aumento de la velocidad de impresión de ilustraciones en los diarios. A esta técnica se unió la creada durante estos mismo años en Manchester, el “huecograbado”⁵², cuya principal aplicación era la de permitir grabar el texto en los propios cilindros de impresión, lo que también favoreció a la impresión de grandes tiradas.

El contenido de los periódicos, al margen de las mejoras técnicas, también se modificó adaptándose a sus nuevos y numerosos lectores, quienes pudieron encontrar en las páginas de estos diarios temas tan diversos como noticias, finanzas, deportes, literatura, etc. La información continuó ocupando un lugar privilegiado entre las páginas de los diarios, pero al relato de las noticias se unieron las atractivas y demandadas por los lectores crónicas y secciones especializadas⁵³.

Una característica fundamental para crear esta renovada imagen fue la incorporación de la publicidad a gran escala. Las grandes campañas de publicidad presentes en estos nuevos modelos de prensa generaron para las agencias y empresas editoriales importantes beneficios, con los que se aseguraban la recuperación de la inversión y la dotación de partidas económicas destinadas al diseño de mejoras.

La bajada de los costes de las materias primas favoreció que los periódicos pudiesen aumentar su número de páginas, que se incrementaron considerablemente, sobre todo en los diarios ingleses, donde el impacto de la publicidad fue mayor al del resto de países europeos⁵⁴.

Los importantes progresos en la confección de la prensa de masas tuvieron como principal efecto el surgimiento de una importante variedad de periódicos especializados durante el final del siglo XIX, así como la elaboración de un considerable número de revistas diseñadas con carácter doctrinal o especialmente dedicadas a un sector de la sociedad como las mujeres e incluso los niños.

⁵² BERNAL PÉREZ, María del Mar. *Técnicas de grabado: Estampación en Hueco/Estampación en relieve* (2 de febrero de 2010). Disponible en <http://tecnicasdegrabado.es/2010/estampacion-en-huecoestampacion-en-relieve> (Consultado el 3 de junio de 2016).

⁵³ GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís. “¿Existió en España prensa de masas? La prensa en torno a 1900” en TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús (dir.): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Editorial Ariel, 1989. P.40

⁵⁴ ALBERT, Pierre. “El desarrollo de la prensa...” op.cit., p.74

Por supuesto, el desarrollo de los elementos tecnológicos y los nuevos cauces para el adelanto de los renovados formatos periodísticos que nacieron durante los últimos años del siglo XIX y las primeras décadas del XX no se entenderían sin una conjunta evolución de la libertad de prensa y un aumento de la valoración del oficio del periodista en esta nueva sociedad⁵⁵. El desarrollo del periódico de masas no puede entenderse sin la democratización y liberalización del periodismo durante estos años, en los que ya sin la férrea censura de las etapas precedentes, las empresas de comunicación pudieron abrirse a analizar y diseñar con mayor libertad nuevos formatos y estilos.

Este clima menos represivo favoreció las presiones entre la competencia, lo que se tradujo en la elaboración de las campañas de prensa que poblaron las calles de las principales capitales europeas y estadounidenses durante los comienzos del siglo XX. En la mayoría de las ocasiones, estas campañas sentaban sus raíces en argumentos políticos, en los cuales se apoyaban con el fin de lograr una mayor influencia entre los lectores, atraídos por la ideología representada en estas campañas.

La influencia conjunta de esta diversidad de factores se convirtió en el sustrato que dio origen a la prensa de masas que continúa publicándose en nuestros días. De hecho, la imagen y características básicas de la prensa de masas y el periodismo actual, sobre todo en los países con un menor desarrollo industrial, no difieren en gran medida de la que llegaba a las manos de los lectores en el año 1914, fecha de comienzo de la I Guerra Mundial. Aunque en ese significativo año a la prensa aún le esperaba un largo camino de crecimiento y desarrollo que iría de la mano de las progresivas mejoras sociales y económicas en países como Francia, Inglaterra o España, la semilla sembrada por aquellos que durante las primeras décadas del siglo XIX apostaron por una prensa popular más cercana al pueblo empezaba a dar sus frutos.

El primer periódico considerado como prensa de masas aparece en EE.UU. durante el año 1883 y se trata del *New York Sun*. Su lema “Alumbra para todos” hace referencia al objetivo de esta nueva prensa de gran tirada, llegar a convertirse en un producto de consumo habitual accesible para todos los ciudadanos⁵⁶. Rápidamente,

⁵⁵ GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís. “¿Existió en España...” op.cit., p.39

⁵⁶ The Sun (New York) (En línea). Disponible en [https://en.wikipedia.org/wiki/The_Sun_\(New_York\)#cite_ref-yellow_2-0](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Sun_(New_York)#cite_ref-yellow_2-0) (Consultado el 3 de junio de 2016).

Europa se hizo eco de este nuevo formato periodístico y lo aplicó en países como Francia, Inglaterra y España, en los cuales nos centraremos en este trabajo.

3.1.1. El modelo francés

El incremento del número de tiradas de los diarios franceses llegó a la par del reconocimiento de la libertad de prensa, que terminaba con el sometimiento de la prensa a la rígida censura que había sufrido durante el periodo que comprende entre los años 1871 y 1879. A partir del año 1889, el Tribunal Francés de Conflictos⁵⁷ prohibió el secuestro de los diarios por parte del gobierno, lo que supuso el impulso de libertad necesario para que estas publicaciones pudiesen distanciarse del poder político.

El principal ejemplo del origen de la prensa de masas en el país galo los encontramos en los periódicos parisienses publicados durante la denominada *Belle Époque* francesa⁵⁸, un periodo que se extendió desde el final de la Guerra Franco-Prusiana en el año 1871 al comienzo de la I Guerra Mundial en 1914.

Los periódicos más beneficiados de estos años fueron los impresos en París, entre los que destacaron *Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin* y *Le Journal*. A fecha de 1914, estos periódicos llegaban a publicar en conjunto unos 4 millones de ejemplares al día, un número que continuaba aumentando por la incesante competencia entre estos cuatro grandes gigantes del periodismo francés. Aunque por su mayor antigüedad *Le Petit Journal*⁵⁹ se posicionó como el más vendido durante los últimos años del siglo XIX, la potente irrupción en el mercado del diario *Le Petit Parisien*, fundado en 1888, situó a este nuevo periódico a la cabeza en cuanto a número de ventas. En 1914 sus rotativas llegaban a producir diariamente más de 1,5 millones de ejemplares, siendo considerado el periódico más importante de todos los tiempos⁶⁰. Su éxito procedía en gran medida del distanciamiento de este diario de los temas políticos para centrarse en otras temáticas más cotidianas y que servían para atraer de manera más efectiva a los lectores pertenecientes a las clases más humildes.

⁵⁷ ALBERT, Pierre. "El desarrollo de la prensa..." op.cit., p. 83.

⁵⁸ Ibidem, p. 80.

⁵⁹ Anexo de imágenes II.

⁶⁰ ALBERT, Pierre. "El desarrollo de la prensa..." op.cit., p. 85.

La prensa política vivió también un importante auge de publicaciones durante la *Belle Époque*. Entre la prensa de izquierdas destacó durante esos años *La Petit Republique*, que adquirió a comienzos del siglo XX un carácter doctrinal, o *Le Cri du peuple*, qué sirvió de instrumento para la plasmación de ideas de las diferentes corrientes de pensamiento socialista⁶¹.

En la prensa de ideología política de centro destacó el afamado *Le Figaro*, que pasó de una ideología monárquica en origen a convertirse en un periódico de carácter republicano moderado, que durante los años previos a la I Guerra Mundial retomó sus ideas conservadoras tradicionales⁶². Como resultado, tras la vuelta a los orígenes de su ideología política, este periódico logró una enorme influencia en la sociedad francesa y un consolidado gran número de lectores.

Los diarios de derechas también obtuvieron una grata acogida durante las décadas previas a la I Guerra Mundial, debido al clima nacionalista y antiparlamentarista apoyado por multitud de grupos de poder en la Francia de principios de siglo. El más importante de ellos fue *l'Echo de Paris*, fundado en 1884, que recibió el apoyo de importantes grupos militares y católicos, llegando a publicar en la década de 1910 tiradas de más de 120.000 ejemplares al día⁶³.

Tal y como venía sucediendo en los años precedentes, las ventajas del desarrollo del ferrocarril supusieron una importante baza en favor de las empresas periodísticas francesas, que incrementaron la velocidad de distribución de sus ejemplares. Como sucedió también en Inglaterra y España, la prensa de masas tuvo un gran impacto en las provincias francesas alejadas de la capital. Aunque el número de tiradas de las publicaciones destinadas a las provincias no era comparable a las vendidas en París, la prensa especializada en política cobró un importante papel en las pequeñas localidades, donde obtuvo una notable influencia.

⁶¹ Ibidem, p. 85.

⁶² *Le Figaro* (En línea). Disponible en https://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Figaro (Consultado el 3 de junio de 2016).

⁶³ ALBERT, Pierre. "El desarrollo de la prensa..." op.cit., p. 87.

3.1.2. El modelo inglés

Al contrario que en Francia, el desarrollo de la prensa de masas en Inglaterra fue más tardío y el número de publicaciones de sus periódicos durante el comienzo del siglo XX siempre se mantuvo inferior al de las tiradas impresas en Francia. Esto se debió básicamente a los importantes impuestos que el gobierno inglés cobraba a las grandes empresas periodísticas que imprimían sus diarios en la capital. A pesar de que el proceso de consolidación de la prensa de gran tirada fue más lento en Inglaterra que en Francia, los ingleses contaron con el fenómeno de la prensa dominical, que gracias a su enorme acogida entre la clase trabajadora colaboró compensando las cifras de ventas entre ambos países.

La prensa de 1 penique, que había nacido tan solo unas cuantas décadas antes, dio paso a la prensa de ½ penique, que supuso una autentica renovación en el mundo del periodismo británico. Su reducido precio hizo que los diarios puestos a la venta por este importe convirtieran definitivamente a los periódicos en un producto asequible para todos los ciudadanos⁶⁴.

En vista de que estos nuevos formatos de ½ penique atraían en masa a nuevos lectores, varios empresarios del sector periodístico quisieron invertir y crear nuevos diarios animados por los beneficios que estaba generando este incremento en el número de ventas. El principal ejemplo de periódico de masas surgido en Inglaterra durante esta etapa fue el *Daily Mail*⁶⁵, fundado en el año 1896, en el cual se puso en práctica este nuevo modelo periodístico mucho más atractivo y accesible⁶⁶. Fue tal su éxito que desbancó al propio diario *The Times*, que contaba con un millón de ventas diarias en el año 1901. Su éxito aumentó aún más gracias a la renovadora imagen que incorporaron los editores a las páginas de este diario, incluyendo en ellas grandes ilustraciones e incluso concursos de quinielas que servían para mantener a los lectores enganchados a cada una de las publicaciones.

El revolucionario efecto del *Daily Mail* en el mercado inglés llevó a que su fundador, Lord Northcliffe, fuese considerado por la crítica como el “Napoleón de la prensa”, un empresario brillante que supo aprovechar las circunstancias para crear un enorme

⁶⁴ ALBERT, Pierre. “El desarrollo de la prensa...” op.cit., p. 77.

⁶⁵ Anexo de imágenes IV.

⁶⁶ ALBERT, Pierre. “El desarrollo de la prensa...” op.cit., p. 78.

imperio de la prensa capaz de extenderse a toda Inglaterra. Este mismo empresario se hizo con uno de los periódicos dominicales más importantes de los años previos, *The Observer*, cuyos ejemplares bajo el control de Lord Northcliffe se extendieron despacio pero de manera constante por las provincias inglesas⁶⁷.

Por tanto, podemos observar cómo en este país, la prensa renovó su formato de publicación, haciéndolo un producto más atractivo para los lectores tanto por el contenido de sus páginas como por su económico precio de salida al mercado. Estos factores, aunque de manera más lenta de lo que sucedió en Francia, llevaron a que la prensa de masas se convirtiese en un fenómeno consolidado en Inglaterra, que pasó a ser un centro neurálgico del periodismo a nivel europeo.

3.2. El caso de España

El fenómeno de la prensa de masas en España llegó de la mano de un periodo de mayor estabilización a nivel político y social en el país.

La década de 1860 en España había estado marcada por la revolución septembrina del año 1868, en la que se expulsó a los Borbones del trono español. En este clima de constantes cambios políticos y levantamientos sociales, aunque la prensa se vio favorecida por unas leyes que impulsaban la libertad de las publicaciones, la realidad de los que se dedicaban al oficio del periodismo fue bastante oscura, llegando a recibir amenazas y agresiones por parte de miembros de los sucesivos gobiernos. Unos gobiernos que más allá de su ideología trataron de evitar que estos periódicos sacasen a la luz irregularidades que jugarían en su contra de cara a la opinión pública.

Los notables problemas políticos que golpeaban al país, que quedaron demostrados en los sucesivos y constantes cambios de gobierno, condujeron al proceso denominado como Restauración, por el cual Alfonso XII se convertía en el nuevo rey de España tras el pronunciamiento en Sagunto. El bipartidismo político y los nombres de Cánovas del Castillo y Práxedes Mateo Sagasta fueron claves en este nuevo proceso

⁶⁷ Ibidem, p. 79.

político que tuvo que enfrentarse con la pérdida de las últimas colonias y las repercusiones de la crisis de 1898. Una nueva etapa cuyas consecuencias tuvieron rápidamente su efecto en la prensa nacional.

Desde 1874, fecha del inicio del período de la Restauración, hasta la convulsa década de 1930, España vivió un periodo de relativa estabilidad política, a pesar de los diferentes e incluso drásticos cambios de gobierno se produjeron en su la etapa final. Esta estabilidad facilitó la modernización de la prensa. Durante la Restauración multitud de diarios nacieron con el objetivo de llegar al gran público, y para ello se valieron de los nuevos formatos desarrollados en el resto de Europa y EE.UU.

Uno de los agentes principales del desarrollo de la prensa de masas en España fue la aprobación de la Ley de Policía de Imprenta en el año 1883⁶⁸, gracias a la cual se logró un mayor marco de libertad de prensa en el contexto nacional, un beneficio que muchos periódicos supieron aprovechar como medio para lograr su consolidación. El nuevo marco de libertad que se dio a nivel nacional con esta norma trajo como resultado un enorme crecimiento de los datos. El número de publicaciones aumentó de las 544 existentes en el año 1879 a las 1.347 que se producían en los primeros años del siglo XX. Un afloramiento de nuevas empresas periodísticas que se vio beneficiado por el apoyo recibido desde las más altas instancias⁶⁹.

El diario más importante durante este período de restauración fue *El Imparcial* de Eduardo Gasset, refundado en 1867. Anteriormente había existido durante el Trienio Liberal, siendo dirigido por Javier de Burgos, tiempo en el cual este periódico se utilizó como instrumento de difusión de las ideas afrancesadas. Tras su refundación, *El Imparcial* adquirió una ideología liberal y monárquica y se separó de los periódicos de partido para convertirse en uno de los primeros diarios de empresa. Gracias a su suplemento, *Los Lunes del Imparcial*⁷⁰, el periódico ganó un importante prestigio en el mundo de la cultura, puesto que en las páginas de esta revista podían leerse habitualmente textos escritos por miembros de la Generación de 98 como Unamuno,

⁶⁸ Anexo de texto I.

⁶⁹ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. "La prensa en España" op.cit., p. 200.

⁷⁰ *Los lunes de El imparcial*, alcanzarán la cima de la fama de los suplementos semanales literarios de todos los tiempos, con artículos de divulgación científica, crítica literaria, teatral y de arte y de creación, en el que se darán cita las mejores plumas del país, al frente del cual se pondrá Fernández Flórez.

Azorín o Baroja. Tan influyente fue la presencia de esta cabecera durante los primeros años del siglo XX para los sectores más conservadores de la sociedad, que en el año 2008 el periodista Luis María Ansón fundó el diario digital de *El Imparcial*, como gesto de homenaje a este afamado diario⁷¹.

Multitud de formatos similares al de *El Imparcial* surgieron durante los años finales del siglo XIX, los cuales poseían ya un modelo similar al de la prensa actual. En estos diarios era posible encontrar abundante información, más variada y de mejor calidad gracias a la existencia de corresponsales a nivel internacional y al desarrollo de medios tecnológicos como el telégrafo, gracias al cual las noticias pudieron transmitirse desde un punto a otro de la geografía mundial. El incremento en la velocidad de transmisión de estas informaciones, así como las facilidades para la impresión que permitieron las innovaciones aplicadas en las rotativas hicieron posible que algunos de estos periódicos pudiesen publicar dos ediciones al día: una por la noche y otra por la mañana⁷².

Las cabeceras de la época contaban ya con un importante número de secciones, entre las cuales destacaban por su favorable acogida entre el público las dedicadas a viajes, entrevistas a destacados personajes de la sociedad, artículos literarios, negocios, obras poéticas, etc. Por supuesto, el mundo de la publicidad estuvo también muy presente en estos diarios, que además de aportarles una imagen y estilo novedosos, sirvieron como base para el soporte económico de estas empresas.

Pero la eclosión y consolidación de la prensa de masas al nivel del resto de países europeos fue mucho más tardía en España y tuvo que esperar al proceso de regeneración de la prensa sufrido por este sector tras la pérdida de las colonias en el año 1898. La pérdida de las últimas posesiones españolas en América tuvo su efecto en la prensa nacional, que comenzó un proceso de modernización en el que los diarios preexistentes se vieron obligados a adoptar los nuevos formatos recién llegados desde Inglaterra y Francia. Los años posteriores a la crisis del 98 también vieron nacer

⁷¹ *El imparcial* (En línea). Disponible en [https://es.wikipedia.org/wiki/El_Imparcial_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Imparcial_(Espa%C3%B1a)) (Consultado el 3 de junio de 2016).

⁷² SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. "La prensa en España" op.cit., p. 201.

numerosos títulos que serían cruciales para determinar la nueva dirección que estaba tomando la prensa a nivel nacional⁷³.

La pérdida de la superioridad sobre el enemigo que se generó en el pensamiento popular tras la pérdida de las colonias perjudicó de manera considerable la credibilidad que los lectores concedían a periódicos como *El Imparcial*, que desde el término de los conflictos en el continente americano centró sus objetivos en recuperar los índices de venta obtenidos durante los años previos.

Con un modelo parecido al de *El Imparcial*, surgió en España *El Liberal*, un periódico que trataba de emular a los diarios surgidos durante los años previos en Francia e Inglaterra. El modelo que siguió *El Liberal* fue la ya conocida estrategia de las “publicaciones especiales” según las capitales de provincias. Una técnica que consistió en adaptar las cabeceras y los formatos de un mismo periódico según las necesidades o la demanda de los lectores pertenecientes a las diferentes provincias.

Por tanto, aunque la Ley de Imprenta de 1883 favoreció el desarrollo de importantes cambios que impulsaron la extensión de los diarios españoles entre la clase trabajadora, no fue hasta después de la crisis de 1998 cuando el periodismo nacional vivió su verdadera etapa de renovación, a consecuencia del nuevo clima político y social que se estaba viviendo en el país.

4. El periodismo español de las primeras décadas del siglo XX

Los primeros años del siglo XX vieron nacer en España el periodismo de masas, un formato que se asemeja en gran medida al de las grandes cabeceras que en la actualidad pueden ser adquiridas. La atmósfera social y política de regeneración durante la primera década del recién estrenado nuevo siglo, se convirtió en el caldo de cultivo necesario para que empresarios del mundo del periodismo, inspirados por los formatos impresos en el resto de Europa y EEUU, invirtiesen en nuevas cabeceras de mayor alcance, que resultaron más atractivas para el público general.

⁷³ Ibidem, p. 200.

4.1. Principales periódicos y nuevos sistemas de organización

La mayor parte de los periódicos calificados como prensa de masas en España fueron publicaciones de empresa, claras defensoras de diferentes ideologías. Una característica que se constituirá como una de las peculiaridades fundamentales de estos nuevos diarios, lo cual convirtió a estas publicaciones en productos de gran influencia en la opinión pública. La importante inclusión de publicidad en estas publicaciones, así como el aumento en el número de tiradas impresas diariamente contribuyeron a incrementar de manera notable los beneficios de los empresarios dueños de estos periódicos, que vieron en los diarios uno de los modelos de negocio más próspero de las primeras décadas del siglo XX.

El periódico que mejor define este nuevo modelo periodístico en España es el semanal *ABC*⁷⁴ impreso por primera vez en junio de 1903 y convertido en diario en 1905. Fundado por Torcuato Luca de Tena⁷⁵ resultó la mayor novedad de la época en cuanto al alcance que logró adquirir y por su renovador diseño de formato. Su promotor, quien contaba por entonces con una amplia experiencia como editor de periódicos y suplementos de notable influencia, como *Blanco y Negro* (1891), supo crear un diario que traspasó el modelo establecido por cabeceras como *El Liberal* o *El Imparcial*, con el fin de hacer llegar sus publicaciones a todas las esferas de la sociedad. Con este objetivo, Luca de Tena buscó nuevas estrategias de venta que posteriormente se convertirían en características claves de la prensa escrita a gran escala, como los concursos, reportajes gráficos, etc. A través de un formato más pequeño y parecido al de las revistas de la época, el *ABC* sirvió como instrumento de promoción de la ideología conservadora y monárquica entre su numerosa cantidad de lectores extendidos por todo el territorio nacional.

⁷⁴ IGLESIAS, Francisco. "Reorganización de la prensa y nuevas empresas periodísticas" en TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús (dir.): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Editorial Ariel, 1989. p. 45.

⁷⁵ Torcuato Luca de Tena (1861- 1929), I marqués de Luca de Tena fue uno de los más importantes periodistas españoles de principios del siglo XX. Fue un periodista y empresario español que contribuyó con sus publicaciones a la renovación de la prensa española de su época. Creó *Blanco y Negro*, la primera empresa importante de Luca de Tena al servicio del periodismo español. Esta fue la base editorial desde la cual Luca de Tena partió para la creación del periódico *ABC*.

La importante influencia del *ABC* en la sociedad española propició la creación de nuevas estrategias de promoción entre sus competidores, que veían drásticamente reducido su número de ventas ante la imparable ascensión de este nuevo gigante del periodismo. El proyecto para rivalizar contra el diario de Luca de Tena pasó por la unión de sus dos máximos competidores en la época, *El Imparcial* y *El Liberal* en 1906, con el fin de construir una sociedad anónima capaz de convertirse en un rival del mismo peso que el propio *ABC*, denominada Sociedad Editorial de España.

También conocida como “Trust”⁷⁶, esta sociedad supuso uno de los más importantes fenómenos de concentración empresarial de la época, en un contexto previo al nacimiento de los grandes grupos de comunicación a nivel nacional como Prisa o Zeta. Los objetivos de Miguel Moya, director de *El Liberal*, al crear esta asociación eran fundamentalmente cuatro: mejorar las calidades del papel y las rotativas, unificar las tarifas de manera que fuesen accesibles para todo lector interesado en adquirir estos diarios, abaratar costes informativos mediante acuerdos entre los diferentes periódicos y por supuesto, tratar de hacer frente a la dura competencia que encabezaba el *ABC*.

Esta asociación de la prensa liberal consiguió aglutinar un importante conjunto de periódicos, tanto producidos en la capital como en las provincias y semanarios, entre los que destacaron *El Liberal*, *El Imparcial*, *El Heraldo de Madrid* y revistas como *La Moda Práctica*. Los beneficios de esta asociación empresarial no tardaron en llegar, alcanzándose cuotas de venta conjunta de más de 300.000 ejemplares⁷⁷, unos resultados que molestaron a la competencia. Esta asociación de la comunicación se había convertido en un claro obstáculo contra los intereses de ampliación de las ventas del resto de las empresas periodísticas.

Aunque en origen la Sociedad Editorial de España se conformase como una potente competidora en el mundo de la comunicación nacional, los conflictos entre las cabeceras agrupadas en esta asociación no tardaron en llegar, sobre todo por parte de periódicos como *El Imparcial*, que buscó siempre destacar dentro de la asociación de manera independiente. Las malas relaciones entre los directores de las diferentes

⁷⁶ IGLESIAS, Francisco. “Reorganización de la prensa y...” op.cit., pp. 46.

⁷⁷ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. “La prensa en España” op.cit., p.202.

publicaciones pusieron el fin a este consorcio a tan solo diez años de su formación, en 1916.

Nacen también durante estos años previos a la primera Guerra Mundial revistas y publicaciones de marcado carácter político como *El Socialista* (1913)⁷⁸, periódico que en sus primeros años no disfrutó de una importante acogida, y tuvo que esperar para ver aumentadas sus tiradas al periodo de la Segunda República.

4.2. La prensa española como testigo de la I Guerra Mundial

En plena etapa de expansión comercial por el territorio nacional de los diarios de empresa nacidos a finales del siglo XIX y principios del XX, el comienzo de la I Guerra Mundial frenó gran parte del desarrollo de estos progresos por sus negativos efectos en la prensa española⁷⁹. La complicada llegada a España de los suministros de papel desde diferentes países europeos implicados directamente en la guerra, encarecieron el precio de este material básico para la elaboración de los periódicos. Esta subida del coste del papel causó graves consecuencias para la economía de las empresas de comunicación, las cuales se vieron obligadas a ralentizar sus procesos de producción.



Portada El Heraldo de Madrid, 10 de septiembre de 1914 (En línea) Disponible en http://www.iesporza.educa.aragon.es/hmc/igm/icono_heraldo_madrid.jpg (Consultado el 23 de mayo de 2016).

⁷⁸ Desde su fundación en el año 1886, se convirtió en el principal órgano de expresión de PSOE, apareciendo con periodicidad en Madrid.

⁷⁹ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. "La prensa en España" op.cit., p. 203.

En vistas de la negativa situación, tras el comienzo del conflicto bélico en el verano de 1914, el gobierno español buscó lograr un acuerdo entre estas empresas y la Central Papelera, con el fin de que esta suministrase el papel necesario para que los periódicos pudieran continuar con sus niveles de producción previos antes de la guerra. Además de este acuerdo, la Hacienda estatal intervino apoyando a las empresas con el capital económico necesario para hacer frente al alto coste del papel durante el conflicto bélico, un préstamo al que el Estado denominó “Anticipo Reintegrable”. Este mantuvo su vigencia hasta tres años después del término de la guerra, 1920, logrando anticipar una cantidad de dinero estimada de ochenta millones de pesetas. A pesar de que la colaboración del gobierno fue clave para preservar los niveles de producción periodística española durante los años en los que se desarrolló el conflicto bélico, la prensa de la época se vio gravemente afectada tanto por la huida de las empresas publicitarias, como por las presiones y enfrentamientos entre las empresas que apostaban por una entrada en el conflicto y las que trataban de impedir que España se viese envuelta en esta I Guerra Mundial⁸⁰.

A pesar de la aparente situación de neutralidad del gobierno español ante la I Guerra Mundial, las agencias periodísticas se posicionaron abiertamente en uno u otro bando, y defendieron sus argumentos apasionadamente en las páginas de los diarios. Los partidos republicanos considerados de una ideología reformista y de izquierdas, se posicionaron en el bando de los Aliados, ya que según explicaban, estos eran quienes defendían la democracia y las libertades. Algunos de estos fueron *El Heraldo de Madrid*, el ya longevo periódico *La Correspondencia de España* o *El Liberal*. Al contrario, los periódicos más conservadores, católicos y monárquicos, se situaron en favor del bloque encabezado por Alemania. Los argumentos de los periódicos de corte conservador se basaban en la mala imagen que poseían acerca de Inglaterra y Francia debido a diversos desencuentros históricos y conflictos bélicos del pasado. En el caso de Inglaterra, los periódicos defensores del orden y la tradición acusaban al país de haber robado a España uno de sus territorios, Gibraltar. Los periódicos de corte tradicionalista encontraban el conflicto en sus disputas con Francia por una mayor cantidad de territorio en la zona del protectorado español en Marruecos. Estas ideas eran defendidas

⁸⁰ PAZ, María Antonia. “Las agencias: España en el flujo internacional” en TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús (dir.): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Editorial Ariel, 1989. pp. 79-80.

por diarios como *El Debate*, *El Mundo*, *La Tribuna*, *La Correspondencia Militar* o *ABC*⁸¹.

A pesar de esta unión en defensa del bloque alemán, muchos de estos periódicos entraron en discordia por las diversas maneras de entender el conflicto. Uno de los más llamativos ejemplos de estas diferentes opiniones acerca de la posición de España en el conflicto bélico es la del diario *ABC*⁸², periódico habitualmente definido como “germanófilo”, cuyo director apostó por la neutralidad de España en una de sus ediciones de agosto de 1914:

«ABC está por completo identificado y de perfecto acuerdo con el Sr. Dato y con el gobierno que preside. Ambos pueden contarnos entre sus partidarios más entusiastas y más fieles para defender por todos los medios la neutralidad de España.»⁸³.

Durante estos años, la prensa nacional sufrió importantes consecuencias económicas que fueron aprovechadas por los “agentes” de prensa del bloque alemán y de los aliados, quienes subvencionaron y donaron dinero a los periódicos de su ideología con el fin de crear lazos de dependencia con estos diarios que les llevaran a defender su posición ante los lectores españoles. Fue un periodo sobre todo rico y provechoso para la prensa “germanófila”, quienes gracias a las ayudas económicas procedentes de las potencias europeas favorables a Alemania, consiguieron desarrollar sus diarios y lograr un importante peso en el mercado periodístico español. A pesar de estas importantes subvenciones, es necesario recordar que no todos los periódicos de ambos bloques disfrutaron de estas ayudas económicas y muchos de ellos defendieron su posición en uno u otro bando sin percibir ningún tipo de financiación a cambio, demostrando cómo la politización de la prensa durante el conflicto bélico fue uno de los fenómenos informativos más importantes de la época⁸⁴.

⁸¹ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. “La prensa en España” op.cit., p. 204.

⁸² Anexo de imágenes V.

⁸³ GOMEZ APARICIO, Pedro. *Historia del periodismo español*. Madrid: Editora Nacional, 1971. Tomo 3, p. 475.

⁸⁴ BARREIRO, Cristina. “La prensa española ante la Primera Guerra Mundial” *Revista Arbil*, nº78 Disponible en [http://www.arbil.org/\(78\)cris.htm](http://www.arbil.org/(78)cris.htm) (Consultado el 5 de junio de 2016).

4.3. La prensa durante la dictadura de Primo de Rivera. Profesionalización del periodismo.

Tras el beneficioso periodo de pujanza para la economía española de la Primera Guerra Mundial gracias al auge de las exportaciones, los años posteriores trajeron consigo el desabastecimiento interno y una importante alza de los precios, puesto que durante los años de la guerra el país había dejado de realizar inversiones necesarias para la economía nacional. Unas desfavorables condiciones que sufrió la clase obrera. Se generó progresivamente un descontento de los ciudadanos con sus poderes políticos, llegando a causar una enorme inestabilidad. Los efectos de la Revolución Rusa sobre el movimiento obrero español, así como el descontento popular que desencadenó la guerra de Marruecos en 1921 y el propio agotamiento del sistema, fueron otros de los factores que llevaron a España a un proceso de descomposición social y política. Este debilitado contexto nacional ocasionó el clima idóneo para que el general Primo de Rivera pudiese llevar a cabo con éxito su golpe de Estado en septiembre de 1923⁸⁵. Un cambio en el gobierno que trajo consigo nuevas reformas políticas que tendrían su impacto en la prensa. Durante los años de gobierno de Primo de Rivera desapareció la popular cabecera *La Correspondencia de España*, a la par que aparecieron otras que adquirieron gran popularidad, como *La Nación*, fundamental instrumento de apoyo del régimen del general, e *Informaciones*⁸⁶.

⁸⁵ GONZÁLEZ CALLEJA, Eduardo. *La España de Primo de Rivera. La modernización autoritaria 1923-1930*. Madrid: Alianza Editorial, 2005. pp. 18-19.

⁸⁶ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. "La prensa en España" op.cit., p. 207.



Inauguración de la escuela de periodismo del diario El Debate, junio de 1926 (En línea) Disponible en <http://www.fcatoria.es/angel-herrera-oria-1908-1932-la-acdp-el-periodismo-y-la-politica/> (Consultado el 23 de mayo de 2016).

A pesar de ser un periodo en el que prensa volvió a sufrir la censura previa, no fue una etapa que destacase, como otras anteriormente, por las persecuciones a los periódicos, a excepción de los de ideología anarquista, contra los cuales luchó severamente el gobierno de Primo de Rivera. Al margen de estos conflictos, esta etapa fue determinante a la hora de crear una renovadora concepción del oficio periodístico, que trajo consigo la progresiva oficialización del periodismo.

Aunque durante el gobierno del general Primo de Rivera, este no desarrolló una nueva ley de imprenta, sino que continuó con la aprobada en 1883, la prensa durante la dictadura sufrió varios cambios. Uno de los más relevantes fue la entrada en vigor de los carnets para periodistas, los cuales a partir de entonces serían requisito fundamental para poder ejercer la labor del periodismo en cualquier punto del país, un paso adelante en la profesionalización del oficio⁸⁷.

En 1926 se imparten los primeros cursos intensivos para periodistas en la escuela no oficial del periódico *El Debate*. La pretensión de estos cursos era que los interesados en dedicarse al mundo del periodismo con alguna experiencia previa

⁸⁷ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. "La prensa en España" op.cit., p. 207.

pudieran adquirir los conocimientos prácticos y teóricos suficientes para poder desempeñar las labores del periodista de manera eficaz y solvente. A pesar de tratarse de una institución privada y no oficial, estos cursos darán pie a partir de 1932 a otros mucho más profesionalizados y similares a los de las actuales carreras de periodismo, con cinco años de duración y dedicados a jóvenes menores de veinte años sin experiencia previa. Tan solo diez años más tarde, la escuela había formado a multitud de estudiantes que llegaron a alcanzar puestos como directores y redactores de prensa en los diarios más prestigiosos del país⁸⁸.

El auge de la prensa regional fue otra de las características de la prensa durante esta etapa, debido sobre todo a tres factores: el aumento de las posturas centralistas entre las publicaciones, el avance del periodismo moderno en el ámbito regional gracias a las mejores infraestructuras y desarrollo de los transportes, y el anticlericalismo propugnado por los grandes diarios impresos en la capital, que llevaron al desarrollo de pequeñas publicaciones católicas en las provincias. Algunos de los más importantes fueron *La Voz de Galicia*, *La Verdad* de Murcia o *El Diario de Aragón*.

La expansión de las ediciones especiales por las provincias fue un proceso que no paró de crecer y terminó por convertirse en uno de los factores claves para entender la consolidación de la prensa de masas en España⁸⁹.

⁸⁸ FERNÁNDEZ, María Isabel. "La formación de los periodistas españoles". Disponible en http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=245 VOL 6(1 y 2), 1993 (Consultado el 6 de junio de 2016).

⁸⁹ SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. "La prensa en España" op.cit., p. 208.

5. Conclusiones

El desarrollo de las empresas periodísticas, siempre vinculado a los cambios sociales y políticos, tuvo en el siglo XIX un crecimiento sin precedentes que culminaría con el nacimiento de la prensa de masas en EEUU y Europa.

Las huellas del siglo XIX en países como Inglaterra, Francia, o de manera más tardía España, las encontramos en la consolidación de las ideas liberales, los inicios de la lucha de la clase trabajadora y la profunda renovación tecnológica, que convirtió al ferrocarril en el medio de transporte más importante del período. En este nuevo contexto de mayor libertad, en el que los castigos impuestos por la dura censura de años atrás comenzaron a eliminarse, surgió un nuevo formato de prensa con la pretensión de ser más objetivo y plural. Una prensa mucho más especializada y económica, diseñada con el fin de expandirse y ser leída por las masas de ciudadanos pertenecientes a la clase trabajadora, a quienes anteriormente les había sido imposible acceder a este producto por su elevado coste.

A nivel europeo, en países como Francia e Inglaterra, la veloz industrialización y por tanto las mejoras tecnológicas en el terreno de la impresión, así como la democratización de los poderes públicos harían que la prensa de gran tirada se consolidase en la sociedad de manera rápida y eficaz.

En el caso de España, el nacimiento y la consolidación de la prensa de masas fue más gradual, porque a pesar de que la Restauración fue un tiempo en el que hubo bastante estabilidad, también es cierto que se trató de una etapa compleja e incluso convulsa en sus décadas finales. Este clima no impidió que el periodismo de masas se desarrollase y extendiese a nivel nacional de la mano de multitud de afamadas cabeceras, implicadas de manera activa en la política española. Unas publicaciones absolutamente renovadas que fueron más allá de la información y opinión, conjugando en sus páginas una considerable diversidad de temas que iban desde los viajes a la literatura, y que se convirtieron en un efectivo reclamo para sus nuevos y numerosos lectores.

Los adelantos en la imprenta facilitaron también que estos modernos diarios y revistas pudieran introducir en sus páginas el aporte creativo de la publicidad y un aumento de las imágenes, gracias a las innovaciones técnicas en el mundo de la

fotografía, que dejaba atrás al antiguo y costoso recurso del grabado. Una renovación de la imagen que aportaba frescura a la apariencia de estos nuevos periódicos y que hizo de ellos un producto mucho más atractivo de cara a los futuros consumidores. El gradual desarrollo que se afianzó gracias a la profesionalización y reconocimiento público del oficio del periodista, siéndole concedido su importante valor en la sociedad.

A través de la historia de la prensa de masas es posible observar el progresivo proceso que ha llevado a la prensa actual a convertirse en la heredera de estas nuevas publicaciones nacidas durante el siglo XIX. Un modelo de prensa que se ha modernizado al mismo ritmo que la sociedad.

6. Bibliografía

- ALBERT, Pierre. “El desarrollo de la prensa popular de gran tirada (1871-1914)” en GUASCH, Juan María (dir.): *Historia de la prensa*. Madrid: Ediciones Rialp S.A, 1990. pp. 45-68.
- ALBERT, Pierre. “La Industrialización y Democratización de la prensa desde principios del siglo XIX hasta 1871” en GUASCH, Juan María (dir.): *Historia de la prensa*. Madrid: Ediciones Rialp S.A, 1990, p. 12. pp. 62-92.
- CANTOS CASENAVE, Marieta: Apuntes de la asignatura Literatura, Imagen y Medios de comunicación. *Periodismo y opinión pública bajo el régimen absoluto de Fernando VII*. Grado en Humanidades, Universidad de Cádiz, Curso 2015/2016.
- CANTOS CASENAVE, Marieta: Apuntes de la asignatura Literatura, Imagen y Medios de comunicación. *Desarrollo del sistema liberal informativo en los últimos años del reinado de Isabel II (1858- 1868)*. Grado en Humanidades, Universidad de Cádiz, Curso 2015/2016.
- FUENTES, Juan Francisco. *Historia del periodismo español: prensa, política y opinión pública*. Madrid: Síntesis, 1997.
- GOMEZ APARICIO, Pedro. *Historia del periodismo español*. Madrid: Editora Nacional, 1971.
- GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís. “¿Existió en España prensa de masas? La prensa en torno a 1900” en TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús (dir.): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Editorial Ariel, 1989. pp. 27-40.
- GONZÁLEZ CALLEJA, Eduardo. *La España de Primo de Rivera. La modernización autoritaria 1923-1930*. Madrid: Alianza Editorial, 2005.
- IGLESIAS, Francisco. “Reorganización de la prensa y nuevas empresas periodísticas” en TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús (dir.): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Editorial Ariel, 1989. pp. 41-49.

- LÓPEZ LITA, Rafael. *Las agencias de publicidad. Evolución y posicionamiento futuro*. Barcelona: Publicaciones de la Universidad Jaume I, 2001.
- MASOTTA, Oscar. *La historieta en el mundo moderno*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1970.
- PAZ, María Antonia. “Las agencias: España en el flujo internacional” en TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús (dir.): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Editorial Ariel, 1989. pp. 71-80.
- RODRIGUEZ, RUTH. “Maupassant y la prensa francesa de la segunda mitad del siglo XIX”. *Trípodos*. Barcelona: Universitat Ramon Llull, nº 19, 2006, pp. 147-157.
- SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. “La prensa en España” en GUASCH, Juan María (dir.): *Historia de la prensa*. Madrid: Ediciones Rialp S.A. 1990.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús. *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900- 1990)*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1989.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús. *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*. Madrid: Universitat Edición 25 aniversario, 2002.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús. *Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema. (1875- 1883)*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra S.A, 1981.
- VALLS, Josep- Francesc. *Prensa y burguesía en el XIX español*. Barcelona: Editorial Anthropos, 1988.

6.1. Fuentes electrónicas

- ARTERO, Juan Pablo. *Opciones estratégicas de las agencias de noticias europeas: Reuters, France Presse y EFE*. Disponible en http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=37
- BARREIRO, Cristina. “La prensa española ante la Primera Guerra Mundial” *Revista Arbil*, nº78. Disponible en [http://www.arbil.org/\(78\)cris.htm](http://www.arbil.org/(78)cris.htm)
- BERNAL PÉREZ, María del Mar. *Técnicas de grabado: Estampación en Hueco/Estampación en relieve*, (2 de febrero de 2010). Disponible en <http://tecnicasdegrabado.es/2010/estampacion-en-huecoestampacion-en-relieve>
- *El imparcial* (En línea). Disponible en [https://es.wikipedia.org/wiki/El_Imparcial_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Imparcial_(Espa%C3%B1a))
- *El telégrafo*. Biblioteca Digital ILCE. Disponible en http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen3/ciencia3/112/htm/sec_10.htm
- *Historia de la prensa española* (En línea) https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_prensa_espa%C3%B1ola
- LA PARRA LÓPEZ, Emilio. *La libertad de imprenta en las Cortes de Cádiz* (En línea). Disponible en http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-libertad-de-prensa-en-las-cortes-de-cdiz-0/html/00235954-82b2-11df-acc7-002185ce6064_12.html
- *La prensa española ante la primera Guerra Mundial* (En línea), [http://www.arbil.org/\(78\)cris.htm](http://www.arbil.org/(78)cris.htm)
- *Le Figaro* (En línea). Disponible en https://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Figaro
- *Lloyd'S Weekly Newspaper. London: Sunday, sep 30, 1888* (En línea). Disponible en http://www.casebook.org/press_reports/lloyds_weekly_news/18880930.html
- *Our History. The New York Times* (En línea). Disponible en <http://www.nytimes.com/who-we-are/culture/our-history/#1910-1881-timeline>

- *The Sun (New York)* (En línea). Disponible en
[https://en.wikipedia.org/wiki/The_Sun_\(New_York\)#cite_ref-yellow_2-0](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Sun_(New_York)#cite_ref-yellow_2-0)

Anexo de imágenes

I. “The Yellow Kid”, personaje principal de la tira *Hogan’s Alley*. (En línea).

Disponible en

https://es.wikipedia.org/wiki/The_Yellow_Kid#/media/File:YellowKid.jpeg

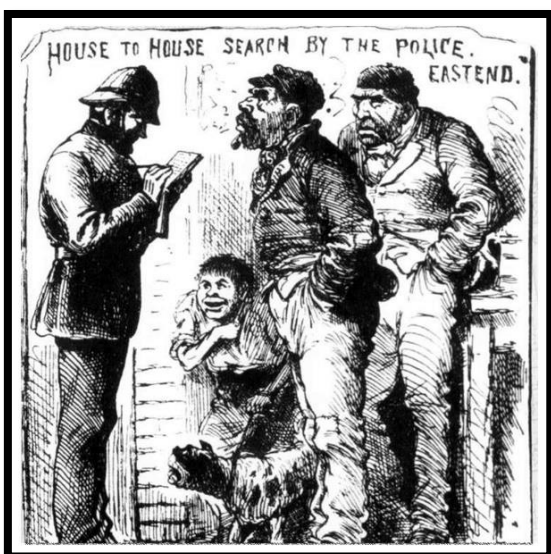
(Consultado el 3 de junio de 2016).



II. Ilustración de la novela por entregas Jack El Destripador, *Lloyd's Weekly News* (En

línea) Disponible en <http://whitechapeljack.com/jack-the-ripper-investigation/>

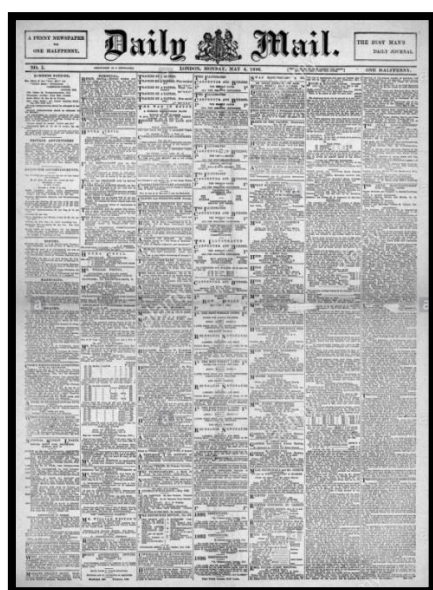
(Consultado el 23 de mayo de 2016).



III. *Le Petit Journal. Supplément illustré*. Portada de una de las historias narradas a través de las novelas por folletín. 6 de septiembre de 1896 (En línea) Disponible en <http://leeuwerck.blogspot.com.es/2010/12/sensation-at-5-centimes-in-le-petit.html> (Consultado el 23 de mayo de 2016).



IV. Primer número del diario inglés *Daily Mail*, 4 de mayo de 1896 (En línea) Disponible en <http://gdc.gale.com/products/daily-mail-historical-archive-1896-2004/> (Consultado el 23 de mayo de 2016).



V. Portada ABC informando sobre el asesinato del archiduque de Austria y su esposa, 28 de junio de 1914 (En línea) Disponible en <http://educacion.ufm.edu/esas-lejanas-ruinas-humeantes-guatemala-en-la-primer-guerra-mundial/> (Consultado el 23 de mayo de 2016).



Anexo I

I. Texto de aprobación de la Ley de Policía de Imprenta de 26 de julio de 1883 (Ley Gullón). Disponible en <http://www.filosofia.org/hem/dep/boe/8830730.htm> (Consultado el 20 de mayo de 2016).

DON ALFONSO XII,

Por la gracia de Dios Rey constitucional de España; a todos los que la presente vieren y entendieren, sabed: que las Cortes han decretado y Nos sancionado lo siguiente:

Artículo 1.º Para el ejercicio del derecho que reconoce a todos los españoles el párrafo segundo del art. 13 de la Constitución de la Monarquía y para los efectos de la presente ley, se considera impreso la manifestación del pensamiento por medio de la imprenta, litografía, fotografía o por otro procedimiento mecánico de los empleados hasta el día, o que en adelante se emplearen para la reproducción de las palabras, signos y figuras sobre papel, tela o cualquier otra materia.

Art. 2.º Los impresos se dividen en libros, folletos, hojas sueltas, carteles y periódicos.

Tienen también la consideración de impresos los dibujos, litografías, fotografías, grabados, estampas, medallas, emblemas, viñetas y cualquiera otra producción de esta índole, cuando aparecieren solas y no en el cuerpo de otro impreso.

Art. 3.º Se entiende por libro todo impreso que, sin ser periódico, reúna en un solo volumen 200 o más páginas.

Se entiende por folleto todo impreso que, sin ser periódico, reúna en un solo volumen más de ocho páginas y menos de 200.

Es hoja suelta todo impreso que, sin ser periódico no exceda de ocho páginas.

Es cartel todo impreso destinado a fijarse en los parajes públicos.

Se entiende por periódico toda serie de impresos que salgan a la luz con título constante una o más veces al día, o por intervalos de tiempo regulares o irregulares que no excedan de 30. Los suplementos o números extraordinarios serán comprendidos en esta definición para los efectos de la ley.

Art. 4.º Se entiende publicado un impreso cuando se hayan extraído más de seis ejemplares del mismo del establecimiento en que se haya hecho la tirada.

Los carteles se entenderán publicados desde el momento en que se fije alguno en cualquier paraje público.

Art. 5.º La publicación del libro no exigirá más requisito que el de llevar pie de imprenta.

Art. 6.º Este mismo requisito se llenará en todo folleto, y además el de depositar en el Gobierno de provincia, o en la Delegación especial gubernativa, o Alcaldía de la población en que vea la luz, tres ejemplares del mismo en el acto de la publicación.

Art. 7.º Los mismos requisitos se llenarán al publicar una hoja suelta o cartel, y además presentará el que los publique una declaración escrita y firmada que comprenda las particulares siguientes:

1.º El nombre, apellidos y domicilio del declarante.

2.º La afirmación de hallarse éste en el pleno uso de los derechos civiles y políticos.

No será necesaria esta declaración para la publicación de las hojas o carteles de anuncios o prospectos exclusivamente comerciales, artísticos o técnicos.

Art. 8.º La sociedad o particular que pretenda fundar un periódico lo pondrá en conocimiento de la primera Autoridad gubernativa de la localidad en que aquél haya de publicarse cuatro días antes de comenzar su publicación, y una declaración escrita y firmada por el fundador que comprenda los particulares siguientes:

1.º El nombre, apellidos y domicilio del declarante.

2.º La manifestación de hallarse éste en el pleno uso de los derechos civiles y políticos.

3.º El título del periódico, el nombre, apellidos y domicilio de su Director, los días en que deba ver la luz pública y el establecimiento en que haya de imprimirse.

Acompañará además el recibo que acredite hallarse dicho establecimiento al corriente en el pago de la contribución de subsidio, o cualquiera otro documento que pruebe hallarse abierto y habilitado para funcionar.

De esta declaración se dará al interesado recibo en el acto.

Art. 9.º La representación de todo periódico ante las Autoridades y Tribunales corresponde al Director del mismo, y en su defecto, al propietario, sin perjuicio de la responsabilidad civil o criminal que puedan tener otras personas por delitos o faltas cometidos por medio del periódico.

El fundador se considerará propietario mientras no trasmita a otro la propiedad.

Cuando una Sociedad legalmente constituida funde un periódico o adquiera su propiedad, tendrá la representación legal para todos los efectos el Gerente que aquella designe, quien gozará los mismos derechos y estará sujeto a iguales responsabilidades civiles y criminales que si fuese propietario único del periódico.

Art. 10. Los Directores de los periódicos deberán hallarse en pleno uso de sus derechos civiles y políticos; la suspensión de éstos inhabilitará, mientras subsista, para publicar o dirigir el periódico.

Art. 11. El Director de todo periódico deberá presentar en el acto de su publicación, y autorizados con su firma, tres ejemplares de cada número y edición en el Gobierno de provincia, en la Delegación especial gubernativa o en la Alcaldía del pueblo en que se publicase. De los periódicos de Madrid se presentarán además otros tres ejemplares, con las mismas formalidades, en el Ministerio de la Gobernación: uno de los ejemplares citados será sellado y devuelto a la persona que los presente.

Art. 11. Cuando se transmita la propiedad de un periódico, su propietario dará conocimiento a la Autoridad gubernativa, presentando el adquirente al mismo tiempo una declaración en los términos expresados en el art. 8.º, números 1.º y 2.º

También se dará conocimiento a la Autoridad gubernativa cuando se varíe el establecimiento en que el periódico se imprima, manifestando que el nuevo se halla en las condiciones expresadas en el art. 8.º, y acompañando el documento a que éste se refiere.

Art. 13. Cesará en su publicación el periódico cuando por sentencia ejecutoria se priva al que lo representa del uso de los derechos civiles y políticos, y hayan transcurrido cuatro días desde la notificación de la sentencia sin que un nuevo representante haya

llenado los requisitos que establece el artículo 8.º en lo que se refiere a la persona del fundador.

Art. 14. Todo periódico está obligado a insertar las aclaraciones o rectificaciones que le sean dirigidas por cualquiera Autoridad, Corporación o particular que se creyesen ofendidos por alguna publicación hecha en el mismo, o a quienes se hubieran atribuido hechos falsos o desfigurados.

El escrito de aclaración y rectificación se insertará en el primer número que se publique cuando proceda de una Autoridad, y en uno de los tres números siguientes a su entrega si procede de un particular o Corporación, en plana y columna iguales y con el mismo tipo de letra a los en que se publicó el artículo o suelto que lo motive, siendo gratuita la inserción siempre que no exceda del duplo de líneas de éste, pagando el exceso el comunicante al precio ordinario que tenga establecido el periódico.

El comunicado deberá en todo caso circunscribirse al objeto de la aclaración o rectificación.

Art. 15. El derecho a que se refiere el artículo anterior podrá ejercitarse por los cónyuges, padres, hijos o hermanos de la persona agraviada en caso de ausencia, imposibilidad o autorización; y por los mismos, y además por sus herederos, cuando el agraviado hubiese fallecido.

Art. 16. Si el comunicado no se insertase en el plazo que fija el art. 14, podrá la Autoridad o particular interesado demandar a juicio verbal, con arreglo a las disposiciones de la ley de Enjuiciamiento civil, al representante del periódico.

El juicio versará exclusivamente sobre la obligación de insertar el comunicado. Si la sentencia fuese condenatoria, se impondrán siempre las costas al demandado, y se mandará insertar por cabeza del escrito en uno de los tres primeros números que se publiquen después de la notificación; en este caso, y si el comunicado procediese de una Autoridad, se impondrá además al representante del periódico una multa de 300 pesetas.

Art. 17. El impresor de todo periódico tendrá derecho a exigir que se le entreguen firmados los originales. De ellos no podrá usarse contra la voluntad de su autor, sino para presentarlos ante los Tribunales cuando éstos los reclamen, o en defensa del

impresor que pretenda eximirse de la responsabilidad que pueda afectarle por la publicación.

Art. 18. Para los efectos que el Código penal señala serán considerados como clandestinos:

1.º Todo impreso que no lleve pie de imprenta o lo lleve supuesto.

2.º Toda hoja suelta, cartel o periódico que se publique sin cumplir los requisitos exigidos respectivamente por los artículos 7.º y 8.º de esta ley.

3.º Todo periódico que se publique antes o después respectivamente del plazo de cuatro días que establecen los artículos 8.º y 13.

4.º La hoja suelta, cartel o periódico si resultase falsa en alguno de sus extremos la declaración hecha con arreglo a los artículos 7.º y 8.º respectivamente.

Art. 19. Las infracciones a lo prevenido en esta ley, que no constituyan delito con arreglo al Código penal, serán corregidas gubernativamente con las mismas penas que éste señala para las faltas cometidas por medio de la imprenta.

De la imposición gubernativa de multas podrá apelarse en ambos efectos para ante el Juez de instrucción en término de tercero día, depositando previamente el importe de ellas, sin cuyo requisito no se admitirá la apelación. El Juez resolverá sobre la procedencia o improcedencia de la multa, siguiendo la tramitación de las alzas en los juicios verbales de faltas, representando a la Autoridad el Fiscal municipal.

Estas infracciones o faltas prescribirán en el término de ocho días, a contar desde el en que se cometieron.

Art. 20. La introducción y circulación de dibujos, litografías, fotografías, grabados, estampas, medallas, emblemas, viñetas y cualquiera otra producción de esta índole, y la de folletos, hojas sueltas y periódicos escritos en idioma español e impresos en el extranjero podrá ser prohibida por acuerdo del Consejo de Ministros.

Art. 21. Quedan derogadas todas las leyes y disposiciones especiales relativas a la imprenta.

Por tanto:

Mandamos a todos los Tribunales, Justicias, Jefes, Gobernadores y demás Autoridades, así civiles como militares y eclesiásticas, de cualquier clase y dignidad, que guarden y hagan guardar, cumplir y ejecutar la presente ley en todas sus partes.

Dado en Palacio a veintiséis de Julio de mil ochocientos ochenta y tres.

Yo el Rey.

El Ministro de la Gobernación,
Pío Gullón.

Ley de Policía de Imprenta 26 de julio de 1883 (En línea) Disponible en <http://www.filosofia.org/hem/dep/boe/8830730.htm> (Consultado el 23 de mayo de 2016).

.